



EDITAL 01/2026

Processo nº 00231.002512/2025-53

CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DO CEARÁ – COREN-CE

CONCORRÊNCIA Nº 01/ 2026

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

Janeiro/2026

SUMÁRIO

Edital

Disposições Iniciais

Objeto

Valor Contratual e Recursos Orçamentários

Condições de Participação

Retirada do Edital
Esclarecimentos sobre o Edital
Impugnação do Edital
Credenciamento de Representantes
Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação
Entrega da Proposta Técnica
Apresentação da Proposta Técnica
Julgamento das Propostas Técnicas
Entrega da Proposta de Preços
Apresentação da Proposta de Preços
Julgamento das Propostas de Preços
Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços
Entrega dos Documentos de Habilitação
Apresentação dos Documentos de Habilitação
Análise dos Documentos de Habilitação
Comissão de Contratação e Subcomissão Técnica
Divulgação dos Atos Licitatórios
Recursos Administrativos
Procedimentos Licitatórios
Homologação e Adjudicação
Condições Pré-Contratuais
Garantia de Execução
Obrigações da Contratada e do Contratante
Fiscalização
Remuneração e Pagamento
Sanções Administrativas
Disposições Finais

Anexos

Anexo I - Briefing

Anexo II - Modelo de Procuração

Anexo III - Modelo de Proposta de Preços

Anexo IV - Minuta de Contrato

Anexo V - Projeto Básico

Apêndice I – Estudo Técnico Preliminar;

Apêndice II – Documento de Formalização de Demanda;

Apêndice III – Planejamento – Ações Publicitárias.

MINUTA DE EDITAL

CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DO CEARÁ – COREN/CE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

(PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº00231.002512/2025-53)

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Conselho Regional de Enfermagem do Ceará – CREN-CE, por meio de sua Presidente **Natana Cristina Pacheco Sousa**, sediado na Rua Coronel Jucá, nº 294, Meireles, Fortaleza - CE, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo Melhor Técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

1.2.1. Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, a Instrução Normativa SECOM nº 1/2023, disponível no endereço www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao, bem como a Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023, e as disposições deste Edital.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;

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. 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, informar e orientar o público em geral.

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, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada, conforme métrica estabelecida no art. 5º, §1º, da Instrução Normativa SECOM nº 1/2023.

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

2.2.2. A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, 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 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 nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

2.2.4. A agência atuará de acordo com solicitação do ANUNCIANTE, 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.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 3.500.000,00 (Três milhões e**

quinhentos mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de ano consta no orçamento de 2026 do COREN-CE, nas seguintes funcionais programáticas:

a) **6.2.2.1.1.01.33.90.039.002.004.002 – Propaganda e Publicidade**

3.3. O Conselho Regional de Enfermagem do Ceará (COREN-CE) se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4. No interesse do ANUNCIANTE, 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 1.4133/2021.

3.5. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, no orçamento anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1. Na prorrogação, o ANUNCIANTE 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 do contrato.

3.5.2. O ANUNCIANTE 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.

4.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o COREN-CE;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;

f) que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1. 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, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep) 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 e no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

4.3. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão 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.

4.4. 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 ANUNCIANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Este Edital será fornecido pelo ANUNCIANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

5.2. <https://www.coren-ce.org.br/>

5.3. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito pelo e-mail cpl.coren@gmail.com.

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Contratação em até 03 (três) dias úteis.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, www.coren-ce.org.br da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - 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 das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado por e-mail cpl.coren@gmail.com, observados os prazos descritos no subitem 7.5.

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

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

7.4. 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.

7.5. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Contratação:

I - o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame;

7.5.1. Considera-se licitante, para efeito do inciso II do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros 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 de Contratação ateste sua autenticidade.

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão 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 as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

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 de Contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

dia: 22/06/ 2026

hora: às 10h

local: sede do COREN-CE, Rua Coronel Jucá 294, Bairro Meireles, Fortaleza - Ceará.

9.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

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

9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília-DF.

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

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação condicionada 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 pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na sede do COREN-CE, de segunda a sexta-feira, das 9 h às 16h.

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2026 – COREN-CE

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2026 – COREN-CE

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	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	

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 digitais 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 digitais, 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 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 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 subquesitos 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 subquestito 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 subquestito poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquestito 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 15 (quinze) páginas.

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 subquestitos. 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 I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1. Subquestito 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.

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.

11.3.3.3.2. 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.

11.3.3.3.3. 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.

11.3.3.3.4. 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.

11.3.3.3.4.1. 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.

11.3.3.3.5. 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.

11.3.3.3.6. 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 hot site e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o hot site que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um banner e o hot site por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hot site 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 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.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrem 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;

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

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 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.

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 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.

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 05 (cinco) 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 2022.

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 ANUNCIANTE, 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 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) 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.

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 2021.

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, prevista no item 20, 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

12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

12.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

12.2.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

12.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

12.2.3. Quesito 3 - Repertório

12.2.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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:

SUBQUESITOS

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária	80%
I - Raciocínio Básico	10%
II - Estratégia de Comunicação Publicitária	25%
III - Ideia Criativa	30%
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia	15%
2. Capacidade de Atendimento	10%
3. Repertório	05%

4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	05%
PONTUAÇÃO TOTAL	100%

A atribuição de pontos dar-se á conforme os seguintes critérios e atributos:

QUESITO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (80 pontos)

SUBQUESITO: RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente
a) Das funções e do papel do COREN-CE no contexto de suas competências legais; <i>(máx. 2 pontos)</i>	0	0,5 a 0,9	1,0 a 1,5	2,0
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do COREN-CE com seus públicos; <i>(máx. 1 ponto)</i>	0	0,10 a 0,25	0,26 a 0,50	1,0
c) Das características do COREN-CE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária <i>(máx. 2 pontos)</i>	0	0,5 a 0,9	1,0 a 1,5	2,0
d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; <i>(máx. 1 ponto)</i>	0	0,10 a 0,25	0,26 a 0,50	1,0

e) Do problema específico de comunicação, expresso no “briefing” a ser enfrentado pelo COREN-CE ; (máx. 2 pontos)	0	0,5 a 0,9	1,0 a 1,5	2,0
f) Das necessidades de comunicação do COREN-CE para enfrentar o problema específico de comunicação (máx. 2 pontos)	0	0,5 a 0,9	1,0 a 1,5	2,0

SUBQUESITO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO (25 pontos)

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente
a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do COREN-CE de comunicação; (máx. 4 pontos)	0	1,0 a 1,5	2,0 a 3,0	4,0
b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (máx. 4 pontos)	0	1,0 a 1,5	2,0 a 3,0	4,0

c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do COREN-CE com seus públicos; (máx. 5 pontos)	0	1,0 a 2,0	3,0 a 4,0	5,0
d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do COREN-CE; (máx. 4 pontos)	0	1,0 a 1,5	2,0 a 3,0	4,0
e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; (máx. 4 pontos)	0	1,0 a 1,5	2,0 a 3,0	4,0
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o COREN-CE, o mercado no qual se insere, o problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível (máx. 4 pontos)	0	1,0 a 1,5	2,0 a 3,0	4,0

SUBQUESTITO: IDEIA CRIATIVA (30 pontos)

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente
a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do COREN-CE; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0

g) Sua pertinência às atividades do COREN-CE e à sua inserção no contexto de sua competência legal; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
h) Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
i) A exequibilidade das peças e ou do material; (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0
j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos. (máx. 3 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	3,0

SUBQUESITO: ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 pontos)

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente
--------------------------	-------------------	----------------------------	---------------------------------	--------------------------

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; (máx. 2,5 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	2,5
b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (máx. 2,5 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	2,5
c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores; (máx. 2,5 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	2,5
d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do COREN-CE; (máx. 2,5 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	2,5

e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; (máx. 2,5 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	2,5
f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (máx. 2,5 pontos)	0	0,5 a 1,0	1,5 a 2,0	2,5

SUBQUESITO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente
a) A operacionalidade do relacionamento entre COREN-CE e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 0,5	1,0 a 1,5	2,0
b) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 0,5	1,0 a 1,5	2,0

c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do COREN-CE; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 0,5	0,9 a 1,2	1,5
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 0,5	0,9 a 1,2	1,5
e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do COREN-CE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 0,5	0,9 a 1,2	1,5
f) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 0,5	0,9 a 1,2	1,5

SUBQUESITO: REPERTÓRIO (5,0 pontos)

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; <i>(máx. 2 pontos)</i>	0	0,1 a 0,5	1,0 a 1,5	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; <i>(máx. 1,5 pontos)</i>	0	0,1 a 0,5	0,6 a 1,0	1,5
c) A clareza da exposição das informações prestadas; <i>(máx. 1,5 pontos)</i>	0	0,1 a 0,5	0,6 a 1,0	1,5

SUBQUESITO: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (5,0 pontos)

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente
a) A evidência de planejamento publicitário; <i>(máx. 1,25 pontos)</i>	0	0,1 a 0,5	0,6 a 1,0	1,25
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; <i>(máx. 1,25 pontos)</i>	0	0,1 a 0,5	0,6 a 1,0	1,25
c) A relevância dos resultados apresentados; <i>(máx. 1,25 pontos)</i>	0	0,1 a 0,5	0,6 a 1,0	1,25

d) concatenação lógica da exposição (máx. 1,25 pontos)	A	0	0,1 a 0,5	0,6 a 1,0	1,25
--	---	---	-----------	-----------	------

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 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 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 3 (três) 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, 75 (setenta e cinco);

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 3 (três) 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.

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 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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2026 – COREN-CE

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 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.

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 III, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

b) percentual de honorários superior a 10% (dez 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;

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:

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.

d) 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

14.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 14.2 deste Edital.

15.4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

15.5. Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;

o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 14.2;

o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 14.2;

o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 14.2.

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

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 nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

16.2. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão de Contratação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

17.1.1. 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 acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

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 via original; ou

II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado;

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 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' 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.

18.2.2. Regularidade Fiscal 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) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;
- 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) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- f) a regularidade 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 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 de Contratação.

18.2.4. **Qualificação Econômico-financeira**

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da 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 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)):

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

$\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}$

$SG = \frac{\text{Ativo Total}}$

$\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}$

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

$\text{Passivo Circulante}$

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)):

$S = \frac{\text{Ativo Total}}$

$\text{Passivo Exigível Total}$

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, patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

18.2.5. 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 de Contratação

Referente Concorrência nº 01/2026

<nome da licitante, se for o caso, consórcio>, 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 (dezesesseis) 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, se for o caso, consórcio>

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº 01/2026

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, se for o caso, consórcio>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante, se for o caso, consórcio>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer

outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, 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 ANUNCIANTE, 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 <se for o caso> consórcio>

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 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 ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

<caso o Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado se aplique ao anunciante, inserir os subitens seguintes:>

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

a) declaração(ões), expedidas 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;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 18.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 5% (cinco por cento) do valor global do contrato, correspondendo a R\$ 152.250,00 (Cento e cinquenta e dois mil e duzentos e cinquenta reais), 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 19.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.5.

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 Oficial de Registro Cadastral Unificado, 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 Oficial de Registro Cadastral Unificado.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final 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.

<caso o Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado se aplique ao anunciante, inserir os subitens seguintes:>

19.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 18.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que 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.

19.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três)

membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e serão indicados pela Assessoria de Comunicação do Coren-CE, conforme disposto no Inciso VII, art. 43 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023 e no art. 10-A do Decreto nº 6.555/2008.

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 6 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

20.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (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 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 da União, 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 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 ANUNCIANTE, 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 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 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 contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.

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

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão de Contratação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº/..... realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. 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 terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão 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 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 de Contratação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão 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.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda é processada e julgada por Comissão de Contratação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 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 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 de Contratação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 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 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 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 de Contratação.

Data: _____ de _____ de _____.

Assinatura

20.4.1.1. Os membros da Comissão 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 nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União 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 referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Presidência do COREN-CE, por intermédio da Comissão de Contratação, protocolizada no COREN-CE, de segunda a sexta-feira, no horário de 8h às 17h.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à Presidência do COREN-CE, que decidirá em 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 até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão de Contratação.

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 de Contratação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, 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 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 de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão 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 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.

Primeira Sessão

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 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 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 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 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 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 de Contratação.

23.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão 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 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 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 de Contratação.

23.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão 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 05 (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 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 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 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 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 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, 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, 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 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 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 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, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão 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;

e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 15.2 e 15.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) verificar se alguma das 3 (três) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e efetuar com as que não tenham apresentado a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos

subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:

h1) tenha sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021.

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 de Contratação convocará a licitante classificada 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 da licitante em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão 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;

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 da licitante habilitada ou inabilitada, 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;

g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

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 à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2. Será vencedora desta concorrência a licitante que:

a) tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;

- b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;
- c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinarem os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

25.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE 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 licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

25.2. Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, 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, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.3. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

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. A contratada se obriga 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 nº 12.232/2010.

25.7. A contratada centralizará o comando da publicidade do COREN-CE na cidade de Fortaleza/CE, 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 IV).

25.8. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base

para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. GARANTIA DE EXECUÇÃO

26.1 As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo IV).

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, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O ANUNCIANTE nomeará fiscal do contrato, 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 a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

29.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1. Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

30.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1. É facultada à Comissão 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 de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

31.3. A Comissão 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, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, 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 ANUNCIANTE 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 não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, 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 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 ANUNCIANTE 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 à contratada 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 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. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

31.13. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça do Estado do Ceará.

31.14. Integram este Edital os seguintes Anexos:

31.14.1) Anexo I: Briefing;

31.14.2) Anexo II: Modelo de Procuração;

31.14.3) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;

31.14.4) Anexo IV: Minuta de Contrato;

31.14.5) Anexo V: Projeto Básico;

31.14.5.1) Apêndice I – Estudo Técnico Preliminar;

31.14.5.2) Apêndice II – Documento de Formalização de Demanda;

31.14.5.3) Apêndice III – Planejamento – Ações Publicitárias.

Enf. Natana Cristina Pacheco Sousa

Presidente do Coren-CE

Autoridade Competente



Documento assinado eletronicamente por **NATANA CRISTINA PACHECO SOUSA - Coren-CE 398.306-ENF, Presidente**, em 24/03/2026, às 15:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.cofen.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1611570** e o código CRC **A9D46251**.

ANEXOS AO EDITAL

ANEXO I - BRIEFING CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

(Processo Administrativo nº00231.002512/2025-53)

SITUAÇÃO GERAL

O Conselho Regional de Enfermagem do Ceará – Coren/CE é uma autarquia pública federal, dotada de autonomia administrativa e patrimonial, vinculada ao Poder Executivo e integrante do Sistema Conselho Federal de Enfermagem/Conselhos Regionais de Enfermagem (Cofen/Corens). Sua atuação está voltada à normatização, fiscalização e orientação do exercício profissional da Enfermagem em todo o território cearense, abrangendo Enfermeiros(as), Técnicos(as) e Auxiliares de Enfermagem.

O Coren-CE tem como finalidade assegurar que a assistência de enfermagem prestada à população ocorra com qualidade, segurança e ética, em conformidade com a legislação vigente e com o Código de Ética dos Profissionais de Enfermagem. Para isso, desenvolve ações permanentes de fiscalização, orientação e educação profissional, atuando tanto na proteção da sociedade quanto na valorização da categoria.

Atualmente, o Conselho possui uma estrutura organizacional composta pela Sede Administrativa, localizada em Fortaleza, subseções estrategicamente instaladas nas regiões do Cariri (Juazeiro do Norte) e Noroeste (Sobral), além de escritórios regionais (Limoeiro do Norte e Quixeramobim), o que permite a descentralização dos serviços e a ampliação do acesso para mais de 115 mil profissionais de enfermagem inscritos no estado do Ceará. Essa capilaridade reforça o compromisso institucional com a interiorização do atendimento e a aproximação do Conselho com a realidade dos profissionais.

Além do papel fiscalizatório, o Coren-CE atua de forma ativa na orientação, no aprimoramento técnico-científico e na qualificação contínua da Enfermagem, por meio de ações educativas e de projetos institucionais que aproximam o Conselho dos profissionais. Destacam-se iniciativas como o Projeto Saúde Para Todos, que leva práticas integrativas e complementares aos locais de trabalho dos profissionais de enfermagem, promovendo cuidado e bem-estar; o Coren Capacita, voltado à oferta de cursos, palestras e ações de educação permanente; e campanhas informativas.

O Conselho também desenvolve ações de interiorização e escuta ativa, como a Diretoria Itinerante, na qual conselheiros visitam regiões mais distantes para dialogar diretamente com os profissionais, esclarecer dúvidas e fortalecer a relação institucional, além do Coren Itinerante, que amplia o acesso aos serviços ao levar atendimento administrativo e orientação profissional a municípios além das unidades físicas do Conselho.

Conforme estabelecido pela Lei nº 7.498/86, o exercício da Enfermagem é privativo de profissionais legalmente habilitados e devidamente registrados no Sistema Cofen/Corens. Nesse contexto, a atuação do Coren-CE é essencial para garantir que apenas profissionais qualificados estejam aptos a prestar assistência à população

cearense, contribuindo diretamente para a segurança do paciente, a qualidade dos serviços de saúde e a credibilidade da profissão.

MISSÃO

Fiscalizar e disciplinar o exercício profissional para assegurar uma assistência de Enfermagem ética, científica e de qualidade à sociedade cearense.

VISÃO

Ser reconhecido pela sociedade e pelos profissionais de Enfermagem como um órgão de excelência, transparente e comprometido com a valorização, o fortalecimento e a ética da profissão no Estado do Ceará.

NATUREZA

O Coren-CE, conforme disposto na Lei 5.905/73, é um órgão de fiscalização e regulamentação do exercício da profissão no estado. Em conjunto com o Conselho Federal de Enfermagem (Cofen), integra uma Autarquia Especial de direito público. Sua autonomia permite desempenhar funções de polícia administrativa (fiscalização), além de atuar na defesa das prerrogativas da profissão.

SISTEMA COFEN/CONSELHOS REGIONAIS

O Sistema Conselho Federal de Enfermagem/Conselhos Regionais de Enfermagem (Cofen/Corens) foi instituído em 1973, por meio da Lei nº 5.905, com a finalidade de normatizar, disciplinar e fiscalizar o exercício da Enfermagem em todo o território nacional, garantindo a ética profissional, a qualidade da assistência e a proteção da sociedade.

O Conselho Federal de Enfermagem (Cofen) é o órgão central do sistema, responsável por estabelecer normas, diretrizes e resoluções, além de coordenar e supervisionar a atuação dos Conselhos Regionais. Já os Conselhos Regionais de Enfermagem (Corens) executam, em âmbito estadual, o registro profissional, a fiscalização do exercício da profissão e a orientação ética e técnica dos profissionais de enfermagem.

O Conselho Regional de Enfermagem do Ceará – Coren/CE integra esse sistema nacional e foi criado para atender às demandas específicas do estado do Ceará, assegurando que apenas profissionais legalmente habilitados e regularmente inscritos exerçam a Enfermagem. Além da fiscalização e do disciplinamento, o Coren-CE desenvolve ações educativas, de orientação ética, capacitação profissional e campanhas institucionais, contribuindo para o fortalecimento da Enfermagem e para a segurança da assistência prestada à população cearense.

Com sede em Fortaleza, subseções nas regiões do Cariri (Juazeiro do Norte-CE) e Noroeste (Sobral - CE), além de escritórios regionais em Limoeiro do Norte-CE e Quixeramobim-CE, e os Escritórios Itinerantes em Baturité-CE, Iguatu-CE e Crateús-CE, o Coren-CE disponibiliza uma ampla gama de serviços, como registro profissional, emissão de certidões, atendimento ao público, capacitações e eventos institucionais, reafirmando seu compromisso com a modernização dos serviços, a descentralização do atendimento e a valorização da categoria.

REGISTRO PROFISSIONAL

O registro profissional no Conselho Regional de Enfermagem do Ceará (Coren-CE) é obrigatório para o exercício legal da Enfermagem no estado, conforme determina a legislação vigente. Esse registro assegura a legalidade da atuação profissional e garante à sociedade que a assistência seja prestada por profissionais devidamente qualificados e habilitados.

O processo de inscrição pode ser realizado de forma presencial ou digital, por meio do Sistema Integrado de Gestão da Enfermagem (SIGEN), plataforma que centraliza e moderniza os serviços do Conselho, permitindo ao profissional realizar solicitações, acompanhar processos, agendar atendimentos e acessar informações de forma prática, segura e acessível.

A inscrição provisória é realizada com diploma e é destinada aos profissionais legalmente habilitados para o exercício permanente da Enfermagem. Para a efetivação do registro, é necessária a apresentação de documentos como diploma ou certificado de conclusão do curso, documento oficial de identificação com foto, CPF, comprovante

de residência, título de eleitor com comprovante de quitação eleitoral e, quando aplicável, comprovante de quitação com o serviço militar. A carteira profissional provisória possui validade de 1 (um) ano, enquanto a carteira profissional definitiva tem validade de 10 (dez) anos, assegurando maior comodidade e segurança aos profissionais regularmente inscritos.

O atendimento ocorre mediante agendamento prévio, realizado preferencialmente pelos canais digitais do Coren-CE, sem prejuízo do atendimento presencial por livre demanda na sede, subseções e escritórios fixos. No dia do atendimento, são realizados a conferência documental, a coleta de biometria e as orientações sobre direitos, deveres e responsabilidades profissionais. O processo envolve o pagamento das taxas referentes à inscrição, à expedição da cédula profissional e à anuidade proporcional.

Como parte do processo de modernização do Sistema Cofen/Corens, os profissionais de enfermagem contam também com o CdEnf – Carteira Digital da Enfermagem, aplicativo oficial desenvolvido pelo Cofen, que permite portar a carteira profissional diretamente no celular, com segurança, praticidade e validade jurídica. O CdEnf substitui a necessidade de apresentação física da carteira em diversas situações, ampliando a comodidade e reduzindo a necessidade de renovações frequentes.

Além disso, o SIGEN possibilita a realização de diversos atendimentos de forma totalmente virtual, por meio de computador, tablet ou smartphone, ampliando o acesso aos serviços do Conselho e reduzindo a necessidade de deslocamento dos profissionais até as unidades físicas.

Em caso de interrupção do exercício profissional, o cancelamento da inscrição deve ser solicitado formalmente ao Coren-CE, uma vez que o registro não é cancelado automaticamente, evitando cobranças futuras e garantindo a regularidade cadastral do profissional.

COBRANÇA DE ANUIDADE

Até o exercício de 2024, o Conselho Regional de Enfermagem do Ceará-Coren/CE realizava o envio dos boletos de anuidade aos profissionais por meio dos Correios, prática que, ao longo dos anos, consolidou-se como principal forma de comunicação e cobrança. Contudo, ao final de 2025, esse modelo foi descontinuado, em alinhamento ao processo de modernização, digitalização dos serviços e racionalização de custos do Conselho.

A partir dessa mudança, tornou-se necessário fortalecer e massificar a divulgação dos canais digitais, especialmente do Sistema Integrado de Gestão da Enfermagem (SIGEN), que passou a concentrar o acesso às informações, emissão de boletos, acompanhamento de débitos e demais serviços relacionados à regularização profissional. A não adaptação dos profissionais a esse novo modelo digital representa um risco de redução na arrecadação, o que reforça a importância de uma comunicação clara, educativa e estratégica sobre o uso do SIGEN.

A manutenção do registro ativo no Conselho Regional de Enfermagem do Ceará (Coren-CE) está condicionada ao pagamento da anuidade, conforme estabelece a Lei nº 12.514, de 28 de outubro de 2011. Essa contribuição é indispensável para o exercício legal da Enfermagem e para a continuidade das atividades institucionais do Conselho.

Os recursos arrecadados por meio da anuidade viabilizam ações essenciais, como a fiscalização do exercício profissional, a orientação ética e técnica, o atendimento aos profissionais, a realização de capacitações, campanhas educativas e institucionais, além da manutenção da infraestrutura física e digital do Coren-CE.

Com o objetivo de facilitar a regularização dos profissionais, o Coren-CE disponibiliza condições diferenciadas para o pagamento da anuidade, incluindo descontos progressivos para quitação em cota única, conforme normas e decisões vigentes do Sistema Cofen/Corens. Para o exercício de 2026, aplicam-se os seguintes prazos e percentuais de desconto:

- 10% de desconto para pagamento em cota única até 31 de janeiro de 2026;
- 5% de desconto para pagamento em cota única até 28 de fevereiro de 2026;

- 3% de desconto para pagamento em cota única até 31 de março de 2026;
- Sem desconto para pagamentos realizados a partir de 30 de abril de 2026.

As informações sobre prazos, formas de pagamento e condições para quitação da anuidade são amplamente divulgadas nos canais oficiais do Coren-CE e podem ser acessadas de forma prática e segura por meio dos sistemas digitais disponibilizados pelo Conselho, com destaque para o SIGEN, principal ferramenta de relacionamento e atendimento aos profissionais.

Manter-se adimplente com a anuidade garante ao profissional o pleno exercício da profissão, o acesso aos serviços oferecidos pelo Coren-CE e a participação em ações, eventos e iniciativas institucionais, além de contribuir diretamente para o fortalecimento da Enfermagem e para a qualidade da assistência prestada à população cearense.

PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Uma parcela significativa dos profissionais de enfermagem ainda percebe a anuidade do Coren/CE predominantemente como uma obrigação financeira, sem compreender de forma clara sua finalidade, impacto institucional e os benefícios diretos gerados para a profissão e para a sociedade.

Essa percepção é agravada pela transição recente do modelo tradicional de cobrança, que até 2024 incluía o envio de boletos pelos Correios, para um modelo integralmente digital, no qual o acesso às informações e à emissão da anuidade ocorre por meio dos sistemas eletrônicos do Conselho. A mudança exige um novo comportamento dos profissionais, que nem sempre estão familiarizados com as ferramentas digitais disponíveis.

A ausência de uma comunicação educativa, contínua e acessível, que explique tanto a destinação dos recursos arrecadados quanto o uso adequado dos canais digitais, especialmente o Sistema Integrado de Gestão da Enfermagem (SIGEN), contribui para dúvidas recorrentes, dificuldade de acesso às informações e afastamento institucional.

Como consequência, observa-se aumento de questionamentos, resistência à adaptação ao ambiente digital e riscos de inadimplência, fatores que impactam diretamente a sustentabilidade das ações do Coren-CE e reforçam a necessidade de uma estratégia de comunicação clara, orientadora e humanizada.

OBJETIVO PRIMÁRIO DE COMUNICAÇÃO

1. Transformar a percepção da anuidade do Coren-CE, apresentando-a como um investimento coletivo no fortalecimento da Enfermagem, na valorização profissional e na segurança da assistência em saúde, estimulando o pagamento dentro dos prazos estabelecidos.

OBJETIVOS SECUNDÁRIOS DE COMUNICAÇÃO

1. Ampliar a compreensão dos profissionais de enfermagem sobre a aplicação dos recursos arrecadados com a anuidade, evidenciando os benefícios institucionais e sociais gerados.
2. Reduzir os índices de inadimplência, estimulando o pagamento antecipado por meio de comunicação clara sobre prazos, descontos e facilidades disponíveis.
3. Fortalecer o uso do Sistema Integrado de Gestão da Enfermagem (SIGEN) como principal canal de atendimento e relacionamento com o profissional, ampliando o acesso aos serviços digitais e contribuindo para a redução da demanda presencial nas unidades físicas do Coren-CE em todo o estado.
4. Reforçar a imagem do Coren-CE como parceiro estratégico no desenvolvimento, na qualificação e na valorização profissional da Enfermagem.
5. Estimular o engajamento dos profissionais nas ações, projetos, cursos, capacitações e eventos promovidos pelo Conselho.
6. Humanizar a relação institucional entre o Coren-CE e os profissionais de enfermagem, destacando histórias reais, resultados concretos e impactos positivos da atuação do Conselho na vida dos profissionais e na sociedade.

PÚBLICO PRIORITÁRIO

Enfermeiros(as), técnicos(as) e auxiliares de enfermagem com inscrição ativa no Coren-CE, especialmente aqueles com histórico de inadimplência ou dúvidas sobre a anuidade.

PÚBLICO SECUNDÁRIOS

1. Estudantes de enfermagem em fase de conclusão do curso.
2. Gestores e empregadores de serviços de saúde públicos e privados.
3. Lideranças, entidades e representações da Enfermagem.
4. Familiares dos profissionais de enfermagem, impactados indiretamente pela valorização profissional.

PRAÇA

Estado do Ceará, com cobertura integrada na Capital e no Interior, contemplando as regiões atendidas pela Sede, pelas subseções Noroeste (Sobral) e Cariri (Juazeiro do Norte), além dos municípios alcançados por ações itinerantes, projetos descentralizados e campanhas institucionais do Coren-CE.

PERÍODO

O período da campanha será definido pela licitante, respeitando o planejamento estratégico da Assessoria de Comunicação do Coren-CE, devendo estar contido em até 30 dias de execução, conforme previsto no Projeto Básico, com possibilidade de adequação ao calendário institucional e às ações prioritárias do Conselho.

VERBA

A verba destinada à campanha será definida de acordo com o Projeto Básico e o edital do processo licitatório vigente, em consonância com o planejamento orçamentário da comunicação institucional do Coren-CE e com a distribuição estratégica dos recursos entre mídia, produção e ações de engajamento, totalizando R\$ 3.500.000,00.

CANAIS PRIORITÁRIOS

- Os canais prioritários de comunicação serão definidos com base na estratégia de transformação digital, transparência e ampliação do alcance regional, contemplando:
 - **Site Oficial:** www.coren-ce.org.br – principal canal de informação institucional, serviços, campanhas e prestação de contas;
 - **Instagram:** @coren_ceara – canal prioritário para engajamento, campanhas educativas, storytelling e divulgação de ações institucionais;
 - **Facebook:** facebook.com/corenceara – disseminação de conteúdos informativos, campanhas e interação com diferentes públicos;
 - **YouTube (TV Coren-CE)** – produção e veiculação de conteúdos audiovisuais institucionais, vídeos educativos, campanhas, lives e coberturas de eventos;
 - **WhatsApp institucional** – apoio à divulgação de campanhas, orientações de serviço e relacionamento direto com os profissionais;
 - **Canais digitais complementares** – conforme estratégia da ASCOM, incluindo impulsionamento em redes sociais e integração com campanhas multicanais.

Fortaleza, 15 de janeiro de 2026.

Integrante Técnico:

Polianna Iorrani Uchoa Pereira - Matrícula nº 479
Jornalista (MTB 3016/CE) - Assessora de Comunicação

ANEXO II - MODELO DE PROCURAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 01/2026
(Processo Administrativo nº00231.002512/2025-53)

Outorgante

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

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2025.

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, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

ANEXO III - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
CONCORRÊNCIA Nº 01/2026
(Processo Administrativo nº00231.002512/2025-53)

À
Comissão de Contratação
Referente Concorrência nº XX / ano – anunciante

1. Preços sujeitos a valoração

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

<se for o caso>

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

<sindicato ao qual a licitante está filiada>

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

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;<complementar o texto, se for o caso, com:> exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário,

exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta 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, <se for o caso> cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

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 IV).

2.2. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei nº 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 ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo
e assinatura dos representantes legais

ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

(Processo Administrativo nº 00231.002512/2025-53)

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
QUE FAZEM ENTRE O **CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM
DO CEARÁ – COREN/CE** E A EMPRESA _____.

O CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DO ESTADO DO CEARÁ – COREN/CE, com sede na Rua Coronel Jucá, 294, bairro Meireles, CEP: 60170-320, na cidade de Fortaleza - CE, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 06.572.788/0001-97, neste ato representado pela Presidente **NATANA CRISTINA PACHECO SOUSA**, nomeada pela Decisão nº 92, de 22 de julho de 2024, publicada no DOU de 24 de julho de 2024, COREN/CE nº. 398306-ENF, doravante denominado **CONTRATANTE**, e a empresa _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, Inscrição Municipal nº _____, Inscrição Estadual nº. _____, sediada na _____, doravante designado **CONTRATADO**, neste ato representado por _____, empresário, conforme atos constitutivos da empresa OU procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta no Processo Sei nº 00231.002512/2025-53, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da Concorrência nº 01/2026, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº 01/2026, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

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 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 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, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, 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 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.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2. 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 deste contrato, decorrente da Concorrência nº 01/2026, que deu origem a este instrumento, é de R\$ 3.500.000,00 (Três milhões e quinhentos mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de ano consta do Orçamento do COREN-CE, nas seguintes funcionais programáticas:

a) 6.2.2.1.1.01.33.90.039.002.004.002 – Propaganda e Publicidade

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 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** em Fortaleza - CE, 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 estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando negossário, 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 nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta 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 bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

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

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

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

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

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes 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 dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

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 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 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 conteúdos 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 pela agência **CONTRATADA** em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a **CONTRATANTE** a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

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.

5.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela **CONTRATANTE**.

5.1.16. Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 1º (primeiro) 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 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 negossária correção, no prazo máximo de 10 (dez) 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 nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

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** 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.

7.1.1. Será nomeado fiscal 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 terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

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

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

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

7.5. 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.

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

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

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

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

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

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

7.10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor 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. 50% (cinquenta por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.1.1. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

8.1.1.2. A **CONTRATADA** se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará e com os preços correspondentes a serem cobrados da **CONTRATANTE**, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.1.2. Honorários de 10% (dez 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 nº 4.680/1965.

8.1.3. Honorários de 5% (cinco 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 do presente contrato;

II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando 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.

8.1.3.1. 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.

8.1.4. Honorários de 5% (cinco por cento), 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 não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3. A **CONTRATADA** não fará jus:

a) 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 nº 4.680/1965;

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**, 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 nº 4.680/1965.

c) 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 nº 4.680/1965;

d) 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.

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 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.

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 nº 12.232/2010.

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 Poder Executivo 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 da agência 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 Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, 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.

10.2.2.1. 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 Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. 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.

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 Poder Executivo 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 06.572.788/0001-97, 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**.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu verso 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 – execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - 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 fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. 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, perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, 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 as fotos, período 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 XX% (por extenso 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;<percentual recomendado: 20%>

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 XX% (por extenso 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;<percentual recomendado: 30%>

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.

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.4.1 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.5. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta on-line, no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.5.1. Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.6. 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.

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da **CONTRATADA**, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP$, na qual:

- IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

- AF: Atualização financeira;

- VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

- N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.7.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.7, os serviços prestados pela **CONTRATADA** relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.7.2. 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.

11.8. A **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9 . Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.9.1. A **CONTRATADA** informará à **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela

CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1. 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.

11.9.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 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.

11.9.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da **CONTRATANTE**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**.

11.9.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, 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.

11.9.2.3. 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.

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

11.10. 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 10 (dez) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme 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 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 nº 14.133/2021:

- 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;
- seguro-garantia;

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

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a **CONTRATANTE** como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade 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;

c) 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;

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 segura 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 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, por seu gestor ou fiscal, 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 Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, 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. O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pela **CONTRATANTE**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Impedimento para licitar e contratar;

III – Multa de mora e multa compensatória;

IV - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;

V - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

13.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3. As sanções aplicadas serão registradas no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado pela **CONTRATANTE**.

13.1.3.1. A **CONTRATANTE** comunicará, por escrito, à **CONTRATADA** que a sanção foi registrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 13.1 e as multas serão aplicadas pelo gestor, fiscal ou autoridade competente deste contrato;

II - caberá ao autoridade competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro de Estado da Educação.

13.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da **CONTRATANTE**, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1. A falha na execução contratual restará configurada quando:

13.3.1.1. A **CONTRATADA** cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

13.3.1.2. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 11.3.1.1, a **CONTRATANTE** poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
	Advertência (na primeira infração)

Leve	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2.	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE .	Grave	Semestral
	Não 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.	Leve (passível de correção)	Semestral
	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE .	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
	Não 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 ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência.
	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência.
	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE	Média (passível de correção)	Semestral
	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.

	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência.
	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência.
	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE , preferindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência.
	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, 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 .	Grave	Por ocorrência.
	Não 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 nº 12.288/2010. (Igualdade racial)	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
	Não 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 conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
	Não 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.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência.
	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
	Recusar a 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.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.

	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência.
	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA .	Grave	Por ocorrência
	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral
	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE , a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
	Não realizar de forma devida o pagamento de 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.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral
	Demora na constituição de um acervo da propaganda da CONTRATANTE , em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.

13.3.1.2.1. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 13.1.

13.3.2. No ato de advertência, a **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.1.

13.4. A suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 13.1, IV, será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a **CONTRATADA** continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

13.5. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.5.1. O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de:

I - 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II - 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da **CONTRATANTE**, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

13.5.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da **CONTRATANTE**.

13.5.3. A **CONTRATADA** estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da **CONTRATANTE**.

III - 1% (um por cento), do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;

IV - até 1% (um por cento), sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

13.6. A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à **CONTRATADA** se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a **CONTRATANTE**;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5;

II - por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços **CONTRATADOS**;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela **CONTRATANTE**;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à **CONTRATANTE**, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE**

após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato;

g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da **CONTRATANTE**.

13.7. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da **CONTRATANTE**, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1. A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

I - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da **CONTRATANTE**.

13.7.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8. Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 13.1, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 010 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência, o impedimento quanto a participação da seleção interna de que trata o subitem 13.1 e a multa: à autoridade competente, por intermédio do gestor, fiscal ou autoridade competente;

b) impedimento do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Ministro de Estado da Educação.

13.9. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **CONTRATADA** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados à **CONTRATANTE**.

13.11. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços

referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da **CONTRATADA**.

13.11.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei 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 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.

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. 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 art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

15.3. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, §1º da Lei nº 14.133.

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.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo do Estado do Ceará.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato.

Fortaleza-CE, ___ de _____ de 2026.

Natana Cristina Pacheco Sousa
Presidente do COREN-CE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CONTRATADO

Visto:

Procurador Geral do COREN-CE: João Vitor Nerys Batista

OAB/CE 25.334

Testemunhas:

Nome:

CPF:

Nome:

CPF:

PROJETO BÁSICO DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DO CEARÁ – COREN-CE

Fortaleza, Julho/2025

INFORMAÇÕES BÁSICAS PROCESSO:

00231.002470/2025-51

UNIDADE FUNCIONAL RESPONSÁVEL: ASCOM

1. Objeto

1.1. Trata-se da contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de 1 (UMA) agência de propaganda, conceituado no art. 2º da Lei nº 12.232/2010 como:

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

1.2. De acordo com o §1º do art. 2º da referida Lei, 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.

1.3. As pesquisas e avaliações descritas no inciso I, possuem a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato.

1.4. Os serviços aderentes às novas tecnologias, descritos no inciso III, abrangem os formatos de divulgação publicitária não tradicionais, concebidos tanto por plataformas on-line como off-line, que visam

potencializar os efeitos das mensagens e somente poderão ser executados, no âmbito da contratação, quando estiverem diretamente relacionados à natureza do objeto do contrato.

1.5. Por isso, atentamo-nos para a necessidade de abertura de procedimento licitatório para a contratação de 1 (UMA) agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, conforme dispõe a Lei nº 12.232/2010, que estabelece as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública 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 ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse, bem como as atividades complementares citados no item 1.2.

2. Justificativa da contratação

Atualmente, o Conselho Regional de Enfermagem do Ceará (Coren-CE) conta com mais de 115 mil profissionais inscritos em todo o estado. Com uma estrutura física consolidada (sede na capital, duas subseções e cinco escritórios regionais) o Conselho vive um momento de intensa atividade e expansão de ações estratégicas, exigindo uma comunicação igualmente robusta e abrangente.

O volume de ações realizadas, como cursos, parcerias, workshops, encontros de especialistas e estudantes, campanhas educativas e eventos itinerantes, demanda uma comunicação que consiga alcançar todos os inscritos, independentemente da localização. Nesse contexto, a publicidade institucional se torna uma ferramenta essencial para ampliar o alcance, fortalecer a imagem do Coren-CE, valorizar a Enfermagem e seus profissionais, e dar visibilidade às entregas realizadas pela gestão.

A proposta é utilizar veículos de comunicação de grande circulação no estado do Ceará, bem como mídias regionais, materiais gráficos e digitais (cartazes, folders, outdoors, vídeos, podcasts, redes sociais, entre outros), garantindo que a informação chegue de forma acessível, clara e estratégica a cada município. Vale lembrar que o Ceará possui 184 municípios e todos contam com profissionais de Enfermagem em atividade.

A contratação também possibilitará a ampliação da presença digital do Coren-CE. Estudos mostram que os profissionais da área buscam informação, majoritariamente, por meio de redes sociais e canais digitais. O Brasil é um dos maiores consumidores de mídias digitais no mundo, o que reforça a importância de uma comunicação ativa, educativa e informativa nesses espaços — contribuindo diretamente para que os profissionais conheçam seus direitos, deveres e penalidades previstas no Código de Ética da Enfermagem.

Com mais de 4 milhões de pessoas alcançadas e uma base digital que se aproxima dos 100 mil seguidores, o Coren-CE já demonstra potencial de impacto. No entanto, para garantir consistência, ampliar o alcance e qualificar a comunicação, é imprescindível contar com uma equipe especializada, capaz de planejar campanhas, realizar diagnósticos, definir estratégias e criar conteúdos com regularidade e qualidade técnica.

Diante desse cenário, a contratação de serviços de publicidade se mostra não apenas necessária, mas estratégica. Com ela, o Conselho poderá manter uma comunicação eficiente, contínua e integrada com a categoria e a sociedade, potencializando o papel institucional do Coren-CE como referência pública, formadora de opinião e promotora da valorização da Enfermagem cearense.

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. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021, sendo esta última aplicada de forma subsidiária.

2.2.1. Aplicam-se também à concorrência os Decretos nº 6.555/2008, nº 57.690/1966, nº 3.722/2001 e nº 11.362/2023, as Instruções Normativa SECOM nº 1/2023 e SEGES/MGI nº 12/2023, no que couber, e as disposições deste Projeto Básico.

2.3. Conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, na contratação de serviços de publicidade o objeto da licitação pode ser adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias. Desta forma, conforme discriminado no Estudo Técnico Preliminar - ETP, o objeto será adjudicado até 1 (UMA) agência de propaganda vencedora deste certame.

3. Requisitos necessários

3.1. Para atendimento adequado das necessidades do Coren-CE envolvidas na presente contratação, destacam-se os seguintes requisitos:

2. Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados:

3.2.1. De acordo com o art. 15 da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 2017, os serviços prestados de forma continuada são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

3.2.2. Considerando a necessidade do Coren-CE em contratar os serviços de comunicação publicitária, os serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, será de grande valia, uma vez que com esse serviço, o Coren-CE poderá executar esse importante serviço à sociedade, em observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do art. 37 da Constituição Federal, a qual garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

3.2.3. A ausência ou precariedade da divulgação dos atos praticados pelo Coren-CE pode gerar fatores nocivos à sociedade, como por exemplo a divulgação em massa de fake news acerca das ações promovidas pelo Coren-CE, desta forma o Conselho, por dever de ofício, deverá ter seus próprios meios de se comunicar com a sociedade, sem o devido acompanhamento, por parte de agência de propaganda do dia a dia das ações desenvolvidas pelo Coren-CE, fato este que propiciaria ao conselho de enfermagem ações de comunicação mais efetiva e célere, podendo ainda, por intermédio da agência, haver o desenvolvimento de projetos especiais de comunicação. Cabe ao Coren-CE não permitir a descontinuidade em sua política de comunicação e divulgação de suas ações. É por meios da agência de propaganda que se fará, não somente a divulgação em si, mas a produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da agência, bem como promover a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.

3. Modalidade e tipo de licitação:

3.3.1. Primando pela vantajosidade para o Coren-CE, essa equipe de planejamento entende que o tipo "melhor técnica" é, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação, a escolha mais adequada para a contratação. É a "melhor técnica", entre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço ante a execução contratual, identificado e negociado entre as propostas das empresas tecnicamente classificadas, que possibilitará o Coren-CE o atingimento dos objetivos de comunicação.

3.3.2. Ainda no sentido de robustecer a defesa da contratação por meio da "melhor técnica", citaremos o esclarecimento desse tema, realizado pelo Marçal Justen Filho:

"Há outras situações em que a variação da qualidade da prestação se reflete no nível de satisfação do interesse estatal. Isso significa que uma prestação de qualidade mínima

satisfará de modo não tão suficiente dito interesse quanto se passaria com prestação de maior qualidade.

(...)

São os casos em que a execução satisfatória pelo Estado a suas funções comporta diversos graus de atendimento, de tal modo que a elevação da qualidade da prestação importa ampliação do desempenho da administração e do atingimento do interesse coletivo. Quanto maior a qualidade, melhor será o atingimento aos fins de interesse coletivo. A escolha da Administração deverá, em todos os casos, ser norteada pelo princípio da proporcionalidade. Ou seja, deverá ponderar os benefícios extraíveis da prestação e os encargos para si gerados, de modo a evitar o desembolso excessivo de recursos".

3.3.3. Existem mecanismos específicos para possibilitar a contratação diferenciada de serviços que implicam maior complexidade, capazes de selecionar as propostas tendo em conta não só a sua onerosidade, mas principalmente a sua qualidade, como é o caso da presente discussão.

3.3.4. Tais critérios são adequados para situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado.

3.3.5. Nesses tipos de licitação, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação das propostas

3.3.6. O TCU apresenta vasta jurisprudência sobre o enquadramento do tipo de licitação que deve ser usado na contratação de serviços de natureza intelectual, como, por exemplo, o Acórdão 2172/2008 – Plenário

"Entendo como serviços de natureza intelectual aqueles em que a arte e a racionalidade humana sejam essenciais para a sua satisfatória execução. Não se trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo protocolos, métodos e técnicas preestabelecidos e conhecidos

Ressalto, a propósito, que os serviços de caráter predominantemente intelectual devem ser licitados com a adoção dos tipos de licitação de melhor técnica ou técnica e preço. (...)"

3.3.7. Frisa-se novamente que, numa licitação do tipo "melhor técnica", não se ignora a realidade de preços do mercado. Ao contrário, ao mesmo tempo em que se almeja contratar serviços de qualidade superior e compatível com os desafios institucionais, se estabelece um valor máximo de contratação de cada item com base numa extensa e qualificada cotação de mercado, e as propostas de preço das licitantes apresentarão descontos sobre os preços máximos pré- estabelecidos, o que caracteriza clara vantagem para a Administração.

3.3.8. Numa contratação de menor preço, não haveria como avaliar itens como capacidade, expertise, experiência, rede de relacionamentos, métodos, uso de estratégias e de tecnologias modernas de comunicação. Dessa forma, a presente contratação apresenta enquadramento com os critérios estabelecidos na Instrução Normativa SECOM nº 1, de 19 de junho de 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, a praça a ser atingida e os diversos meios de comunicação a serem utilizados, (de mídia e não mídia), os diversos meios de comunicação a serem utilizados (off-line e on-line), o público-alvo a ser atingido, bem como a sazonalidade permanente das ações de publicidade do Coren-CE. Sendo assim, a qualificação técnica é requisito essencial e soberano na identificação da proposta mais vantajosa para o Conselho Regional de Enfermagem do Ceará.

3.3.9. Quanto ao tipo de licitação, dentre as opções previstas de "melhor técnica" ou "técnica e preço", entende-se pertinente adotar o tipo "melhor técnica", considerando que esta corresponde aos anseios do Coren-CE em consonância ao previsto no acórdão supramencionado, onde os serviços são de natureza predominantemente intelectual. No mais, as adoções deste critério de julgamento, conforme motivos

acima expostos, possibilitarão a contratação de empresas com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, sem descuidar, na licitação, da negociação do melhor preço (com as licitantes mais bem classificadas).

4. Aceitabilidade da proposta

4.1. Do Briefing:

4.1.1.

De acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232, de 2010, o instrumento convocatório do presente certame deve observar as exigências do art. 40 da Lei nº 8.666/1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes.

4.1.2. Contudo, relembro mais uma vez em que pese a revogação da Lei nº 8.666/1993 pela Lei nº 14.133/21, a Instrução Normativa nº 1 de 19 de junho de 2023 da Secretaria 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.** (g.n)*

4.1.3. É certo que no que tange à ausência de obrigatoriedade de elaboração de catálogo de produtos e serviços, uma vez que as demandas deste tipo de objeto não podem ser catalogadas, muito pelas suas especificidades e formas de execução, que ficam a depender da necessidade de comunicação, do público-alvo a ser atingido e necessariamente do orçamento a ser alocado para a realização da campanha publicitária e seu plano de veiculação.

4.1.4. Contudo, ao verificamos a Lei nº 14.133/2021, que deve ser aplicada de forma subsidiária ao caso em tela e de forma análoga ao art. 6º da Lei nº 12.232, de 2010, vemos que tal dispensa inexistente para a consecução da fase preliminar do procedimento licitatório. Em que pese o atendimento da necessidade ser descrita de maneira 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, sendo este apêndice do Projeto Básico que deverá ser descritos com as demais condições de execução e pagamento, das garantias exigidas e ofertadas e das condições de recebimento, abordando todas as considerações técnicas, mercadológicas e de gestão que podem interferir na contratação, conforme descrito neste Estudo Técnico Preliminar, conforme disposto no art. 18 da Lei nº 14.133, de 2021.

4.1.5. 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:

“A definição precisa e suficiente do objeto licitado constitui regra 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).”

4.1.6. Sobre o tema, o tribunal de Contas da União - TCU por meio do Acórdão nº 2188/2024 - PLENÁRIO, entende que há a necessidade de inclusão também do briefing nas campanhas publicitárias em sua fase de execução, com vistas a trazer as memórias de cálculo e indicadores para mensuração da consecução dos resultados pretendidos, veja:

*9.1.1. incluir, no **briefing** das campanhas publicitárias, memória de cálculo para o valor estimado do custo inicial da campanha publicitária, bem como indicadores e metas para mensuração da consecução dos resultados pretendidos com as demandas de campanhas,*

consoante o princípio do planejamento nas licitações e contratos (art. 1º, § 2º, da Lei 12.232/2010, c/c o art. 5º da Lei 14.133/2010);

9.1.2. incluir, nos relatórios de resultados das campanhas publicitárias, métricas mínimas e padronizadas e quadro sintético que resuma os principais resultados atingidos pela campanha e que os compare com as metas definidas previamente, consoante o princípio do planejamento nas licitações e contratos (art. 1º, § 2º, da Lei 12.232/2010, c/c o art. 5º da Lei 14.133/2010);

[...]

9.2.5. reavalie os documentos do processo de contratação de serviços de publicidade que devem ser divulgados ao público e o momento da divulgação dessas informações;

4.1.7. Neste fito, consubstanciados no presente entendimento e considerando os aspectos técnicos do objeto a ser licitado, esta equipe de planejamento entende a necessidade de manter o briefing como o documento no qual serão registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para subsidiar a elaboração de proposta técnica, sendo apêndice do Projeto Básico ou Termo de Referência a ser elaborado pela equipe de planejamento na fase preliminar do procedimento licitatório, e que abordará todas as demais considerações técnicas e de gestão que podem interferir na contratação, como a definição das condições de execução e pagamento, das garantias exigidas e ofertadas e das condições de recebimento, o orçamento estimado, com as composições dos preços utilizados para sua formação e demais itens afins.

4.2. A proposta apresentada para o projeto básico de contratação de serviços de publicidade foi cuidadosamente avaliada e desenvolvida pelo Coren-CE e será apresentado à licitante por meio do Briefing, apêndice a este Projeto Básico e que dispõe do exercício para apresentação das propostas técnicas, que conterà as informações básicas com base nos seguintes critérios:

a) Conformidade com os Requisitos: A proposta deve atender a todos os requisitos especificados no briefing, demonstrando uma compreensão clara dos objetivos e necessidades;

b) Qualidade Técnica: Apresentar proposta técnica bem estruturada, com estratégias inovadoras e eficazes para alcançar os resultados desejados;

c) Experiência e Competência: A licitante deverá demonstrar possuir experiência no setor de publicidade, com um portfólio de atendimento demonstrando a execução dos projetos;

d) Custo-Benefício: Demonstrar equilíbrio entre custo e os objetivos traçados no Briefing, apresentando uma proposta técnica detalhada que se alinha com os recursos disponíveis e os objetivos do exercício ali desenhado no briefing; e

e) Prazos e Cronograma: Demonstração da capacidade de cumprir os prazos estabelecidos, garantindo a entrega pontual dos serviços.

4.2.1. Com base nesses pontos, a proposta técnica é considerada e recomendada para aferição da técnica da licitante, garantindo que os serviços de publicidade contratados atenderão às expectativas e contribuirão significativamente para o sucesso do projeto.

5. Estimativa do valor da contratação

5.1. A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

5.2. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente segundo técnicas, protocolos e métodos pré- estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os

serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação

envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

5.3. 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, de 2021, não sendo, porém, exigido um orçamento estimado planilhas de quantitativos e preços unitários, conforme disposto no inciso II do seu §2º, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que depende diretamente de cada solução publicitária aprovada.

5.4. Desta forma, a presente contratação está estimada por meio do valor global de **R\$ 3.500.000,00** (três milhões e quinhentos mil reais).

6. Dotação orçamentária

· Coren-CE:

· **Programa de Trabalho:** Comunicação Institucional

· **Ação:** 2025

· Processo: 00231.002470/2025-51

· Objeto: contratação de serviços de publicidade, os quais serão prestados por intermédio das agências de propaganda visando melhor atender às necessidades de comunicação do Conselho Regional de Enfermagem do Ceará – Coren-CE.

7. Condições de execução

7.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:

7.1.1. Início da execução do objeto: Após a emissão de ordem de serviço, a CONTRATADA terá o prazo máximo de 5 (cinco) dias para início da execução dos serviços.

7.1.2. A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pelo CONTRATANTE, observado os dispositivos da Instrução Normativa MP nº 5/2017.

8.1.3 Para a execução, a contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, com quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços objeto da contratação.

8.4. De forma excepcional poderão ser alocados nas dependências do CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos produtos e serviços constantes deste objeto.

8.4.1. A execução pelas contratadas de produtos e serviços nas dependências do CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pelas contratadas.

8.4.2. Para os produtos e serviços a serem prestados nas dependências do CONTRATANTE foram estabelecidas, ainda, especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.

8.4.3. O CONTRATANTE proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.

8.5. Será de responsabilidade das contratadas prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio),

microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

8.5.1.A contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

8.6. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

8. Obrigação das partes

9.1 Operar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

9.2 Centralizar o comando da publicidade no Ceará, onde, para esse fim, manterá um preposto à disposição da CONTRATANTE, para interlocução permanente, com vistas a garantir o fiel cumprimento das exigências vinculadas à prestação dos serviços contratados.

9.2.1 A designação do preposto pela CONTRATADA deverá ser feita antes do início da prestação dos serviços, com descrição expressa dos poderes e deveres a ele conferidos, em relação ao objeto do contrato.

9.2.2 Eventual substituição do preposto pela CONTRATADA deverá ser previamente comunicada à CONTRATANTE e poderá ocorrer desde que o nível de experiência e qualificação seja equivalente ou superior ao do preposto anterior.

9.2.3 O preposto indicado pela CONTRATADA poderá ser recusado justificadamente pela CONTRATANTE, quando não atender os itens do contrato, devendo a CONTRATADA, nesses casos, designar outro para o exercício da atividade.

9.3 Manter equipe capaz de atuar tempestivamente no atendimento de demandas da CONTRATANTE e na execução das campanhas em desenvolvimento.

9.3.1 A CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para execução dos serviços objeto do presente contrato ou outros serviços

complementares e acessórios que venham a ser necessários, garantindo a celeridade e qualidade na prestação dos serviços.

9.3.2 Nos casos em que for imprescindível a presença de outros profissionais da CONTRATADA em reuniões de briefing, ou em qualquer outra do interesse da CONTRATANTE, que estejam lotados na matriz ou filial localizadas fora do Ceará, a participação poderá ser feita, a critério da CONTRATANTE, por meio de videoconferência.

9.4 Comprovar, no prazo máximo de 20 (vinte) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que mantém em seu quadro próprio uma equipe mínima de profissionais qualificados para atendimento imediato e permanente das demandas da CONTRATANTE, representados conforme abaixo:

- 1 (um) profissional de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- 1 (um) profissional de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- 1 (um) profissional de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área; e
- 1 (um) profissional de análise de dados (business Intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 3 (três) anos na área.

9.4.1 A qualificação dos profissionais da CONTRATADA, acima especificada deve ser mantida durante toda a vigência do contrato, a fim de garantir integralmente a qualidade dos serviços prestados pelos

profissionais à CONTRATANTE.

9.4.2 Eventual substituição dos profissionais descritos no subitem 9.4 pela CONTRATADA deverá ser previamente comunicada à CONTRATANTE e poderá ocorrer desde que o nível de experiência e qualificação seja equivalente ou superior ao dos profissionais anteriores.

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

9.6 Manter, na execução dos serviços objeto deste contrato, a formação e a experiência equivalentes ou superiores àquelas descritas nos currículos dos profissionais apresentados pela CONTRATADA no quesito Capacidade de Atendimento, referentes à sua Proposta Técnica, oriunda da Concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação, pela CONTRATANTE, do nível de qualidade durante a prestação dos serviços.

9.7 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

9.7.1 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.

9.10 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

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

b) só apresentar cotações de preços, ou documento que as substitua, obtidos junto a fornecedores aptos que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, relacionado às atividades complementares ao objeto deste contrato;

c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores especializados;

d) exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

9.10.1 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar justificativa para prévia apreciação e aprovação da CONTRATANTE.

9.10.2 Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor total 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.

9.10.3 A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores, dentre outras fontes de referência de preço, conforme o caso.

9.10.4 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.

9.11 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.

9.12 Obter a autorização prévia e formal da CONTRATANTE para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores ou por veículos de comunicação e divulgação e com qualquer outra despesa relacionada a este contrato.

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

9.12.2 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação ou fornecedores especializados nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações a serem executadas durante a vigência deste contrato.

9.12.3 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 comunicação e divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

9.12.4 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.

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

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

9.13.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo disco rígido ou unidade de armazenamento, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

9.14 Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da Concorrência que deu origem a este instrumento:

a) composição do Acervo da Propaganda do Coren-CE, em meio digital com as peças produzidas no decorrer da execução deste contrato e informações relativas à produção e aos direitos autorais das mesmas, observadas as definições da CONTRATANTE; e

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.*

9.14.1 O banco de imagens será constituído e mantido pela agência contratada em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a CONTRATANTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprover.

9.17 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

9.18 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 comunicação e 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.

9.19 Ao firmar contrato com empresas de checagem independente a CONTRATADA deverá fazer constar no referido instrumento que a CONTRATANTE terá acesso ao relatório de checagem, bem como aos dados brutos que o originou.

9.19.1 Os dados brutos referidos no subitem anterior têm a finalidade de subsidiar, durante a liquidação

das despesas, a verificação, por amostragem, das veiculações realizadas.

9.19.2 A critério da CONTRATANTE o relatório referido no subitem anterior, bem como os seus dados brutos, poderão ser encaminhados diretamente pela empresa de checagem à CONTRATANTE, mediante solicitação.

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

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

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

9.23 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.

9.24 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.

9.25 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.

9.26 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.

9.27 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.

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

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

9.30 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.

9.30.1 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.

9.31 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.

9.32 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.

9.33 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.

9.33.1 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.

9.34 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.

9.35 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 14.133/21 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746 /2012.

9.36 Observar, durante toda a execução do objeto deste contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos nas normas vigentes.

9.37 Atuar por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, e de veículos de comunicação e divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

9.37.1 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

9.37.2 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.

9.38 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, dentre outros.

9.2. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

9.2.1. 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; e
- g) efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

9.2.2. 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.

9.3. 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.

10. Gestão e fiscalização do contrato

10.2. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das

especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

10.1.1 Será nomeado fiscal 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 terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

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

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

10.5 A autorização, pela CONTRATANTE, dos planos de mídia ou dos planos de formas inovadoras de comunicação publicitária e dos serviços executados por 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.

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

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

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

10.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante(s) credenciado(s) pela CONTRATADA.

10.10 A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses, conforme previsto na Instrução Normativa SECOM nº 1/2023, ou em outro ato que a substituir.

10.10.1 A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para:

- a) apurar a necessidade de solicitar correções para melhorar a qualidade do atendimento e dos serviços prestados pela CONTRATADA;*
- b) servir de subsídio para fins de prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e*
- c) fornecer declarações sobre o desempenho da CONTRATADA, de modo a comprovar a capacitação técnica em licitações, quando solicitado.*

10.10.1.1 A avaliação será realizada no formulário Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda (Anexo VI), pelas áreas técnicas que possuem relacionamento com a CONTRATADA.

10.10.2 A avaliação de desempenho ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

11. Condições de pagamento

11.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto no contrato.

11.1.1.% (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/196.

11.1.1.1. *Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.*

11.1.1.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

11.1.2. 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 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 nº 4.680/1965.

11.1.3. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente:

i. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando 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

11.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova imagem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções topográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

11.1.4. 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 criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, des nadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <se for o caso> 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.

11.1.5. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

11.1.6. 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.

11.1.7. As formas de remuneração estabelecidas nesta subitens poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

11.4. DESCONTO DE AGÊNCIA

11.4. Além da remuneração prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação que adotam as regras do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, 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.

11.4.1. 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 nº 12.232/2010.

11.4.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 5% (cinco por cento) do valor da tabela de preços do veículo de divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, conforme estabelecido no certame que deu origem ao contrato.

11.4.3. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de comunicação e divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

11.4.3.1. O disposto no subitem 11.4.2 deverá ser observado quando a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 11.4.

5. DIREITOS AUTORAIS

11.5.1 Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência do contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

11.5.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona do contrato.

11.5.2 A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência do contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

11.5.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

11.5.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio da agência 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.

11.5.4 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo 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.

11.5.4.1 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser veiculadas em suas propriedades digitais oficiais, tais como sítios, portais, perfis em redes sociais, aplicativos e serviços acessados por dispositivos eletrônicos, bem como nas propriedades digitais dos órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

11.5 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.

11.5.1 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

11.5.1.1 e 11.5.2.

11.5.1.1 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.

11.5.1.1.1 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 Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

11.5.2 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.

11.5.2.1 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 Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

11.5.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens

11.5.1.1 e 11.5.2, 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.

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

11.5.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar 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 9.10.

11.5.6 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 5 (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; e

III. que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

11.5.6.1 Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

12. Vigência do contrato

12.2. 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 de 2021, observado o limite de 10 (dez) anos contados da data

de início da execução do objeto inicial, autorizada a prorrogação na forma do art. 107 desta Lei, veja:

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

13. Sanções contratuais

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I. advertência;

II. multa de moratória e multa compensatória;

III. suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por até 2 (dois) anos; e IV. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133/2021, e subsidiariamente na Lei nº 9.784/1999.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3 Nos casos de aplicação de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.1, se cabível.

13.2 A multa moratória será cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.2.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:

I. 0,66 % (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da CONTRATANTE, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias;

II. 0,5% (cinco centésimos por cento) por atraso no pagamento de fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, de que trata o subitem 11.10 deste contrato; e

III. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

13.2.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da CONTRATANTE.

13.2.3 A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE será aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I. por até 6 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE e que não tenham sido sanadas mediante aplicação de outras penalidades; e

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3 e 13.4;

II. por até 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa; e

c) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato.

13.3 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.3.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I. sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II. demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados; e

III. reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.3.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida

sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.4 Da aplicação das sanções pela CONTRATANTE caberá à CONTRATADA recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.5 A CONTRATADA estará sujeita às sanções estabelecidas no art. 6º da Lei nº 12.846/2013, sem prejuízo das demais cominações legais, pela prática de atos lesivos à Administração, assim definidos:

a) fraudar o presente contrato;

b) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para celebrar o presente contrato;

c) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações deste contrato, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação

pública ou neste contrato;

d) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro deste contrato; e

e) realizar quaisquer ações ou omissões que constituem prática ilegal ou de corrupção, nos termos da Lei nº 12.846/2013 e do Decreto nº 8.420/2015.

14. Orçamento detalhado e estimado

14.2. O Coren-CE ao contratar agência de propaganda, desenvolverá ações efetivas visando promover maior transparência de suas ações e projetos, com o objetivo de garantir para os profissionais de enfermagem o devido acesso aos seus principais programas institucionais.

14.3. Para a execução do contrato de publicidade, estão previstas a realização de campanhas indicadas no planejamento de ação publicitária, sendo de competência da agência de propaganda contratada apresentar o detalhamento e o orçamento respeitando as tabelas vigentes de cada etapa de produção/inserção/veiculação nos meios de comunicação.

14.4. Assim, as estratégias de mídias, os orçamentos e os períodos de campanha previstas no planejamento de publicidade são estimativos e serão definidos pelo corpo diretivo do Coren-CE, podendo ser alterados visando melhor eficácia e efetividade das ações.

14.5. O briefing anexo a este projeto básico (elaborado para o desenvolvimento da campanha publicitária simulada da proposta técnica) já contém todas as informações sobre o Coren-CE necessárias à CONTRATADA para o desenvolvimento, também, das campanhas publicitárias.

15. Responsáveis

O presente Projeto Básico foi elaborado pela Assessoria de Comunicação do Conselho Regional de Enfermagem do Ceará – Coren-CE, com base nos estudos técnicos, planejamento estratégico de comunicação institucional e diretrizes previstas no Planejamento de Comunicação 2025.

Responsáveis Técnicos:

Jornalista Responsável: Polianna Iorrani Uchoa Pereira Presidente do
Coren-CE: Natana Cristina Pacheco Sousa

Setor responsável: Assessoria de Comunicação – ASCOM/COREN-CE

Endereço: Rua Coronel Jucá, 294 – Bairro Meireles– Fortaleza/CE – CEP 60170-320 Telefone: (85) 3105.7850 | www.coren-ce.gov.br

Natana Cristina Pacheco Sousa
Presidente do Coren-CE

Polianna Iorrani Uchoa Pereira
Assessora de Comunicação – ASCOM/COREN-CE

Referências

a) *Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 - 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.*

- b) *Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021 - regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;*
- c) *Instrução Normativa SEGE/MPDG nº 05, de 26 de maio de 2017 - 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;*
- d) *Instrução Normativa SEGES nº 58, de 08 de agosto de 2022 – 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.*
- e) *Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 - dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências;*
- f) *Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008 - dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;*
- g) *Decreto nº 57.690, de 1 de fevereiro de 1966 - aprova o Regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;*
- h) *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.*
- i) *Normas-Padrão de Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas-Padrão - CENP, acessível por meio do link: <https://cenp.com.br/documento/normas-padrão-portugues>.*

Apêndice I do Projeto Básico

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR DA CONTRATAÇÃO

INTRODUÇÃO

O presente documento visa analisar a viabilidade da presente contratação, bem como levantar os elementos essenciais que servirão para compor o Briefing, de forma a melhor atender às necessidades da Administração.

DADOS DO PROCESSO

2.1. Unidade funcional responsável pela Contratação: Assessoria de Comunicação

2.2. Objeto: Contratação de empresa especializada em serviços de publicidade através de agência de propaganda, 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, a compra de mídia e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias ou de informar o público em geral.

2.3. Nº do Processo: 00231.002470/2025-51

NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A contratação dos serviços de publicidade é necessária diante da ampliação das demandas de comunicação institucional identificadas pela Assessoria de Comunicação do Coren-CE. Em um cenário de crescente número de ações e projetos, torna-se mais eficiente, econômico e estratégico contar com o apoio técnico de uma agência especializada, capaz de atender às necessidades do Conselho de forma contínua e qualificada.

Com mais de 115 mil profissionais de Enfermagem inscritos em todo o estado e uma estrutura física composta por sede, subseções e escritórios regionais, o Coren-CE vive um momento de intensa atividade. São realizados cursos, parcerias, encontros, campanhas educativas e eventos itinerantes que demandam uma comunicação que alcance toda a categoria, mesmo nos municípios mais distantes.

Nesse contexto, a publicidade institucional é uma ferramenta essencial para fortalecer a imagem do Conselho, valorizar a Enfermagem cearense e dar visibilidade às entregas da gestão. A proposta inclui o uso de veículos de grande circulação no estado do Ceará, bem como mídias regionais e conteúdos multimídia como cartazes, vídeos, podcasts, folders, outdoors e redes sociais garantindo o acesso à informação de forma clara, estratégica e capilarizada.

Além disso, estudos apontam que os profissionais de Enfermagem consomem, majoritariamente, informações por meio de canais digitais. Com mais de 4 milhões de pessoas alcançadas e uma base digital em expansão, o Coren-CE precisa manter uma comunicação cada vez mais ativa, moderna e acessível, fortalecendo sua presença institucional também no ambiente virtual.

Em tempos de desinformação e desafios sociais, a comunicação precisa ser ágil, estratégica e responsável. O Conselho deve atuar não apenas como órgão fiscalizador, mas como referência em conteúdo de interesse público, contribuindo para que os profissionais estejam bem informados, conscientes de seus direitos, deveres e do Código de Ética da Enfermagem.

Dessa forma, a contratação de serviços publicitários se apresenta como uma medida essencial para garantir uma comunicação integrada, eficiente e permanente com a categoria e a sociedade. A licitação seguirá os critérios técnicos definidos na Lei nº 12.232/2010, que rege a contratação de serviços de publicidade pela administração pública, assegurando qualidade técnica e economicidade.

REFERÊNCIA AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL DO COREN-CE

OE7 – Aprimorar a comunicação institucional;

OE12 - Ampliar a visibilidade institucional e a confiança dos profissionais de Enfermagem e da sociedade;

IE21 - Manter atualizado o site do Conselho Regional;

IE23 - Aprimorar a comunicação com os profissionais de Enfermagem inscritos no Conselho Regional;

IE26 – Dar publicidade de seus atos e deliberações, preferencialmente por meio eletrônico, e por publicação no Diário Oficial da União, nos casos;

IE30 - Manter informada a sociedade sobre a profissão e as responsabilidades do profissional de Enfermagem;

IE34 – Atender aos princípios gerais da nova lei de publicidade de informações do Governo Federal (Lei nº 12.527/2011) no Conselho Regional e da Lei Geral;

IE43 – Instituir a participação do COREN/CE nas redes sociais e fóruns próprios de debates voltados para a categoria para divulgação das informações de interesse para a classe.

REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1. Natureza da Contratação: A presente contratação refere-se à prestação de serviços de natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando na categoria de bens e serviços comuns.

Diferentemente dos serviços padronizados disponíveis no mercado, os serviços de publicidade envolvem variáveis técnicas que os tornam únicos e personalizados, dependendo de fatores como o momento institucional, o perfil do órgão contratante, o público-alvo, os objetivos da comunicação, o canal utilizado, a linguagem da mensagem, entre outros. Por essa razão, não é possível estabelecer soluções previamente formatadas, dado o caráter criativo, estratégico e analítico desse tipo de serviço.

Trata-se, portanto, de uma atividade predominantemente intelectual, cuja execução exige a combinação de conhecimento técnico, sensibilidade artística e domínio dos recursos de comunicação, o que inviabiliza a adoção de métodos mecânicos, automatizados ou protocolos fixos. A excelência desse tipo de serviço depende diretamente da capacidade de interpretação, criação e articulação entre conteúdo, público e objetivos.

A eficácia da comunicação institucional está diretamente ligada à realização de um ciclo completo de trabalho, que envolve o diagnóstico das necessidades do órgão, o mapeamento de seus públicos, o planejamento das ações, a definição das ferramentas e canais mais adequados e a execução qualificada por equipe técnica especializada, com estrutura adequada para garantir a entrega dos resultados esperados.

5.2. Duração Inicial do Contrato:

12 (doze) meses, renováveis por até 10 (dez) anos, se justificado, nos termos da Lei n. 14.133/2021 e Lei n. 12.232/2010.

5.3. Sustentabilidade:

A agência a ser contratada, em suas atividades, estará vinculada por força de contrato a executar as suas atividades de acordo com a legislação ambiental.

5.4. Transição Contratual:

Não se aplica.

5.5. Relevância dos requisitos estipulados:

Os requisitos levantados em estudo fazem parte de um grupo de serviços especializados no mercado, o que não deve trazer dificuldades à ampla concorrência.

ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

Os serviços de publicidade serão realizados conforme o Planejamento de Comunicação - Ação Publicitária do Coren-CE para 2026, elaborado pela Assessoria de Comunicação. Pretende-se realizar as iniciativas e campanhas descritas a seguir, respeitando a ordem de prioridade e execução definida no planejamento estratégico:

6.1. Eventos Institucionais e Ações Presenciais Criação e produção de identidade visual, cobertura de vídeos, lives e fotos, bem como suporte de comunicação para as seguintes ações estratégicas de consolidação da presença regional:

- **50 anos do Coren-CE;**
- **Comenda Gente Que Ama A Enfermagem;**
- **Encontro das Comissões de Ética;**
- **Projeto Pró-Ética Ceará (PROÉTICA):** ações itinerantes regionais;
- **Encontro de Obstetras;**
- **Encontro de Responsáveis Técnicos (RTs);**
- **Encontro de Auxiliares e Técnicos de Enfermagem;**
- **Primeiro Congresso de Estudantes de Enfermagem do Ceará;**
- **Coren Capacita:** eventos de qualificação;
- **Diretor Itinerante:** ações de aproximação e escuta ativa;
- **Escritório Itinerante:** descentralização dos serviços do Conselho.

6.2. Campanha de Médio Porte: Anuidade 2026 Campanha focada em conscientização e prestação de contas, utilizando os seguintes meios:

- **TV local (Verdes Mares, Jangadeiro, TV Ceará):** inserções com vídeos curtos de conscientização e prestação de contas;
- **Rádios regionais (CBN, Verdes Mares, rádios comunitárias do interior):** spots com linguagem acessível e regionalizada;
- **Jornais impressos e online (O POVO, Diário do Nordeste):** anúncios explicativos sobre a

anuidade e benefícios;

- **Busdoors:** nas principais cidades;
- **Painéis digitais:** em avenidas de grande circulação;
- **Cartazes e totens:** em hospitais públicos e privados, unidades de saúde e instituições de ensino;
- **Social Ads (Instagram, Facebook, TikTok):** Campanhas com vídeos curtos, depoimentos, animações e cards informativos;
- **Google Ads:** Campanhas de busca e display para termos como "como pagar anuidade coren", "boleto coren ceará";
- **YouTube:** Vídeos educativos curtos (30s a 1min) explicando o uso da anuidade na prática (fiscalização, capacitação, projetos);
- **Website oficial:** Página exclusiva com perguntas frequentes, calendário e links diretos;
- **Disparo de e-mails e WhatsApp Business:** com lembretes amigáveis e links diretos.

6.3. Campanha de Grande Porte: Semana da Enfermagem Ação estratégica de valorização profissional a ser veiculada nos seguintes canais:

- **TV aberta (Globo, SBT, Band, Record, TV Ceará):** VTs de 30" e 60" com histórias reais e mensagens emocionais;
- **Patrocínio de programas jornalísticos e institucionais** em TV aberta;
- **Rádio (CBN, Verdes Mares, rádios comunitárias):** Spots de 30" sobre a importância da enfermagem e entrevistas com representantes do COREN-CE;
- **Painéis digitais** em Fortaleza e cidades polo (8 municípios);
- **Busdoors** em ônibus da região metropolitana;
- **Totens e displays** em hospitais, terminais e shoppings;
- **Faixas e painéis** em frente às unidades de saúde públicas;
- **Instagram e Facebook Ads:** Segmentação geográfica e profissional com cards de valorização e depoimentos;
- **YouTube Ads:** Vídeos de 30" com apelo emocional e institucional;
- **Google Ads (Display + YouTube):** Foco em reconhecimento e amplificação de visibilidade;
- **LinkedIn Ads:** Conteúdo institucional voltado a tomadores de decisão.

6.4. Campanhas Publicitárias Permanentes e Comunicação Digital Iniciativas contínuas desenvolvidas via comunicação multicanal e recursos digitais perenes:

- **Campanhas Específicas do Planejamento:**
 - **Campanha de registro profissional:** orientação sobre importância e processos;
 - **Campanha "Professor em dia":** incentivo à regularização dos docentes;
 - **Divulgação do "Boleto Fácil":** pagamento da anuidade via CPF.
- **Comunicação Digital (Dia a dia):** O projeto visa a realização de serviços digitais perenes, a serem oferecidos ao longo de todo o ano, garantindo o melhor desempenho da comunicação no ambiente digital. Serão divulgadas peças sobre datas especiais, eventos, representações do conselho em reuniões, audiências e aulas.
 - **Planejamento de conteúdo:** Estudo de pautas e levantamento de oportunidades para a construção de planejamentos mensais.
 - **Conteúdo criativo:** Produção semanal para redes sociais (descrições, roteiros, peças estáticas e filmetes motion).
 - **Monitoramento:** Monitoramento diário de menções em redes sociais para análise da imagem do **Coren-CE**, buscando termos associados ao Conselho e analisando qualitativa e quantitativamente as menções.
 - **Peças publicitárias digitais:** Conteúdo para redes sociais, Whatsapp, URA e SMS.

6.5. Gestão da Identidade e Comunicação Institucional Ações voltadas para a padronização e fortalecimento da marca:

- **Padronização da identidade visual do Coren-CE;**
- **Manual de aplicação da marca;**
- **Plano de comunicação de crise;**
- **Rebranding ou atualização visual, se necessário.**

6.6. Coren-CE - Produção Audiovisual Desenvolvimento de conteúdo para as novas mídias e

canais oficiais:

- **Instituir a TV Coren** como um canal oficial no YouTube;
- **Criação e planejamento de conteúdos audiovisuais;**
- **Publicação estratégica** dos conteúdos no canal da TV Coren;
- **Criação de vinhetas**, aberturas e identidade visual audiovisual;
- **Lives semanais** (4 por mês), com temáticas mensais ligadas a campanhas e ações do Conselho.

6.7. Produção Gráfica e Editorial Confecção de materiais institucionais e promocionais:

- **Revista do Coren-CE;**
- **RETEP (Revista Técnica e Profissional);**
- **Compilações legislativas atualizadas;**
- **Agenda institucional;**
- **Materiais promocionais e de divulgação:** Folders, cartazes, painéis e banners físicos e digitais;
- **Brindes personalizados** para eventos (canecas, ecobags, cadernos etc.).

7. LEVANTAMENTO DO MERCADO E JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TIPO DE SOLUÇÃO A CONTRATAR

A definição da solução a ser contratada foi fundamentada nas necessidades identificadas pela Assessoria de Comunicação do Coren-CE, a partir do diagnóstico da atual estrutura de comunicação institucional e da crescente demanda por ações estratégicas e contínuas de publicidade.

Com base nesse levantamento, ficou evidente que a contratação de uma agência de publicidade é a alternativa mais adequada para atender de forma técnica e especializada às demandas do Conselho. A proposta é que a agência atue no planejamento, desenvolvimento e execução de campanhas institucionais e educativas, além de promover a divulgação das ações do Coren-CE em diversos meios de comunicação, de forma ampla e qualificada.

Para subsidiar o processo licitatório, foram anexadas ao processo administrativo tabelas de preços atualizadas dos principais veículos de comunicação atuantes no estado do Ceará, além de planilhas de referência de valores praticados por órgãos da administração pública federal. Como parâmetro comparativo, foram consideradas as tabelas do Ministério da Saúde, por se tratar de um órgão da área da saúde e com demandas de comunicação similares, o que reforça a coerência na estimativa orçamentária para este segmento.

A contratação observará integralmente as diretrizes da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, que estabelece parâmetros para a contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos, em conformidade com a Lei nº 12.232/2010 e com aplicação subsidiária da Lei nº 14.133/2021.

Diante da natureza predominantemente intelectual dos serviços a serem prestados, bem como da complexidade e especificidade das ações de comunicação institucional, optou-se pela adoção do tipo licitatório Melhor Técnica, por se tratar de critério mais apropriado para garantir a contratação de proposta com maior qualidade técnica, observada a vantajosidade para a Administração.

Assim, conforme tabela abaixo, verifica-se valores de referência de percentual de descontos praticados por entes públicos, a exemplo do Cofen, Coren-SP, Coren-PA e Ministério da Saúde:

Item	Entidade/percentual de desconto			
	COFEN	COREN-SP	COREN-PA	MIN. SAÚDE

Valor do contrato	R\$ 10.750.000,00	R\$ 5.928.000,00	R\$ 3.080.000,00	R\$ 215.000.000,00
Desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela agência, baseados na tabela referencial de preços do SINAPRO	50%	50%	50%	0%
Honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas.	15%	9%	10%	1,5%
Honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária.	10%	9%	5%	1,5%
Honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (veículos de comunicação), referentes à produção e à execução técnica de peça publicitária.	15%	10%	10%	20%
Fonte: SECOM-PR – Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República; Coren-SP; Coren-PA; Cofen.				

Tomando por base os percentuais de descontos praticados nos contratos conforme tabela acima e, considerando a necessidade de estabelecer o índice de percentual máximo e mínimo de desconto e honorários das propostas de preços a serem apresentadas pelas agências concorrentes, de forma a justificar adequadamente a limitação para o "desconto de agência" e "honorários sobre produção", em consonância com o previsto na Lei nº 4.680/65, as normas padrão da atividade publicitária e com o artigo 19 da Lei nº 12.232/10, sugerimos que o índice de desconto não seja inferior a 20% e superior a 80% em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal. Assim como, o percentual de honorários não seja superior a 15% incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à Licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965; o percentual de honorários não seja superior a 15% incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; e, ainda, que o percentual de honorários não seja superior a 15% incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. Abaixo apresentamos link editais de referência e consulta anunciantes do poder executivo federal:

<https://www.cofen.gov.br/>

<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/anunciantes-do-poder-executivo-federal-remuneracao-de-agencias-de-propaganda>

<https://portal.coren-sp.gov.br/licitacoes/concorrenca-no-02-2023-servicos-de-publicidade/>

<https://www.corenpa.org.br/contratacao-de-servicos-de-publicidade-prestados-por-intermedio-de-agencia-de-propaganda/>

8. ESTIMATIVAS DE PREÇOS OU PREÇOS REFERENCIAIS

As estimativas de preço se baseiam em valores de referência com base nas tabelas de preços dos veículos de comunicação (TV, Rádio, mídia exterior, sites, revistas, jornais, redes sociais etc.) – 2024/2025 e na tabela de preço do Sindicato das Agências de Publicidade do Ceará - SINAPRO/CE. Nesse sentido, para fins de valores de referência, conforme planejamento de ação publicitária elaborado pela Ascom/COREN-CE estima-se a contratação no valor na ordem de R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil de reais).

Tendo em vista que o COREN-CE nunca contratou tais serviços, não será possível utilizar informações de contratações anteriores.

9. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A contratação dos serviços de publicidade, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010, contempla um conjunto articulado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, criação, produção, veiculação e acompanhamento de ações de comunicação institucional, com o objetivo de informar o público, fortalecer a imagem do Coren-CE e dar visibilidade às entregas da gestão.

Essa legislação também prevê a atuação da agência na intermediação com veículos de comunicação e fornecedores especializados, por conta e ordem da Administração Pública, conforme o art. 3º da Lei nº 4.680/1965. A agência poderá ainda desenvolver ou acompanhar a produção de peças criadas internamente, realizar pesquisas de opinião e avaliação de campanhas, além de propor soluções inovadoras de comunicação, alinhadas às novas tecnologias e mídias digitais.

Diante do cenário atual do Coren-CE — com mais de 105 mil profissionais inscritos e presença consolidada em todas as regiões do estado —, torna-se essencial dispor de uma estrutura de comunicação robusta, capaz de alcançar os públicos-alvo de maneira ampla e qualificada, especialmente diante do volume crescente de atividades institucionais como cursos, campanhas, eventos itinerantes, reuniões técnicas, entre outros.

As ações de publicidade institucional deverão atender a essa demanda de forma contínua e estratégica, por meio de comunicação multicanal (mídia tradicional e digital), utilizando veículos de grande alcance no estado do Ceará, bem como mídias regionais e ferramentas como cartazes, vídeos, redes sociais, podcasts, materiais gráficos e demais conteúdos que permitam aproximação efetiva com a categoria e com a sociedade. Considerando a natureza predominantemente intelectual e técnica dos serviços, e a complexidade das demandas que variam conforme o contexto institucional, opta-se pela modalidade Concorrência, do tipo Melhor Técnica. Esse critério visa garantir que a proposta selecionada reúna a melhor qualificação técnica possível, sem prejuízo da obtenção do menor preço praticável, conforme previsto na legislação vigente. A escolha por esse tipo licitatório está alinhada às práticas adotadas por órgãos de referência na área, como a Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom-PR), o Cofen e outros Conselhos Regionais, sendo adequada às peculiaridades do serviço publicitário, que exige diagnóstico preciso, planejamento técnico e soluções personalizadas para cada campanha ou ação.

Importante destacar que a plataforma Compras.gov.br, utilizada pelo Coren-CE, ainda não possui funcionalidades específicas para a realização de concorrência na forma prevista pela Lei nº 12.232/2010. Após consulta realizada em janeiro de 2025, verificou-se a necessidade de realizar o processo em sua forma presencial, conforme autorização legal.

A execução contratual será feita sob a forma de empreitada por preço unitário, com prestação indireta e demanda contínua, conforme previsto na nova Lei de Licitações (Lei nº 14.133/2021), podendo o contrato ser prorrogado por períodos sucessivos, desde que devidamente justificado, conforme os artigos 106 e 107. Por fim, reforça-se que a comunicação institucional do Coren-CE é uma ferramenta estratégica para o fortalecimento da Enfermagem cearense. A contratação visa garantir regularidade, profissionalismo e efetividade nas ações desenvolvidas, com base em critérios técnicos sólidos, respeitando os princípios da economicidade, eficiência e legalidade que regem a administração pública.

10. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

Conforme estabelecido na Instrução Normativa SECOM-PR nº. 01/2023, o objeto da licitação será processado de acordo com a modalidade concorrência, adotando-se os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”. De acordo com a norma vigente, o serviço de publicidade detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns.

11. RESULTADOS PRETENDIDOS EM TERMOS DE ECONOMICIDADE E DE MELHOR APROVEITAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS, MATERIAIS OU FINANCEIROS DISPONÍVEIS

Com essa contratação acreditamos que haverá otimização das demandas do COREN-CE tendo em vista que vai suprir as necessidades de serviços de publicidade.

12. PROVIDÊNCIAS PARA A ADEQUAÇÃO DO AMBIENTE DO COREN

Não haverá necessidade de adequação do ambiente na Assessoria de Comunicação do COREN-CE para realização dos serviços, pois os produtos e serviços serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, com atendimento diário.

13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não há contratações correlatas ou interdependentes.

14. DO ACESSO AS INFORMAÇÕES CONTIDAS NO PRESENTE ESTUDO PRELIMINAR]

Nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, esta Equipe de Planejamento entende que:

X
As informações contidas nos presentes Estudos Preliminares DEVERÃO ESTAR DISPONÍVEIS para qualquer interessado, pois não se caracterizam como sigilosas.

As informações contidas nos presentes Estudos Preliminares ASSUMEM CARÁTER SIGILOSO, nos termos do Art. 23 da Lei nº 12.527/2011, e, portanto, deverão ter acesso restrito..

15. DECLARAÇÃO DA VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Com base nos elementos anteriores do presente documento de Estudos Preliminares realizado por esta Equipe de Planejamento, DECLARAMOS que:

X

É VIÁVEL a contratação proposta pela unidade requisitante.

NÃO É VIÁVEL a contratação proposta pela unidade requisitante.

Assim, diante do exposto, entendemos a contratação razoável, bem como necessária, tanto sob a análise da solução adequada quanto pela escolha da modalidade licitatória.

16. RESPONSABILIDADE DA EQUIPE DE PLANEJAMENTO PELA ELABORAÇÃO E CONTEÚDO DO DOCUMENTO

Certificamos que somos responsáveis pela elaboração do presente documento que materializa os Estudos Preliminares da presente contratação e que o mesmo traz os conteúdos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME nº 58/2022 e SEGES/MP nº 05/2017, quando aplicável, e publicações/alterações posteriores. Com base nos elementos analisados no presente documento, realizados por esta Equipe de Planejamento, DECLARAMOS que:

X

É VIÁVEL a contratação proposta pela unidade requisitante.

NÃO É VIÁVEL a contratação proposta pela unidade requisitante.

De acordo

Fortaleza, 15 de janeiro de 2026

Integrante requisitante

Polianna Iorrani Uchoa Pereira - Matrícula nº 479
Jornalista (MTB 3016/CE) - Assessora de Comunicação

Despacho da Presidente:

X

ETP APROVADO.

ETP NÃO APROVADO

Natana Cristina Pacheco Sousa
Presidente do Coren-CE

DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DA DEMANDA - DFD

Área funcional Requisitante: Assessoria de Comunicação

Responsável: Polianna Iorrani Uchoa Pereira Matrícula: 00479 E-mail: Imprensa.corece@gmail.com
Telefone: 85 99925.0883 1.

1. Objeto da contratação:

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DO CEARÁ – COREN-CE

Tipo da contratação:

() Fornecimento de produto Serviço não continuado

(x) Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra

() Serviço continuado com dedicação exclusiva de mão de obra

2. Justificativa da necessidade da contratação do serviço:

2.1. Motivação da Contratação: Atualmente, o Conselho Regional de Enfermagem do Ceará (Coren-CE) conta com mais de 105 mil profissionais inscritos em todo o estado. Com uma estrutura física consolidada (sede na capital, duas subseções e cinco escritórios regionais) o Conselho vive um momento de intensa atividade e expansão de ações estratégicas, exigindo uma comunicação igualmente robusta e abrangente. O volume de ações realizadas, como cursos, parcerias, workshops, encontros de especialistas e estudantes, campanhas educativas e eventos itinerantes, demanda uma comunicação que consiga alcançar todos os inscritos, independentemente da localização. Nesse contexto, a publicidade institucional se torna uma ferramenta essencial para ampliar o alcance, fortalecer a imagem do Coren-CE, valorizar a Enfermagem e seus profissionais, e dar visibilidade às entregas realizadas pela gestão.

A proposta é utilizar veículos de comunicação de grande circulação no estado do Ceará, bem como mídias regionais, materiais gráficos e digitais (cartazes, folders, outdoors, vídeos, podcasts, redes sociais, entre outros), garantindo que a informação chegue de forma acessível, clara e estratégica a cada município. Vale lembrar que o Ceará possui 184 municípios e todos contam com profissionais de Enfermagem em atividade. A contratação também possibilitará a ampliação da presença digital do Coren-CE. Estudos mostram que os profissionais da área buscam informação, majoritariamente, por meio de redes sociais e canais digitais. O Brasil é um dos maiores consumidores de mídias digitais no mundo, o que reforça a importância de uma comunicação ativa, educativa e informativa nesses espaços — contribuindo diretamente para que os profissionais conheçam seus direitos, deveres e penalidades previstas no Código de Ética da Enfermagem. Com mais de 4 milhões de pessoas alcançadas e uma base digital que se aproxima dos 100 mil seguidores, o Coren-CE já demonstra potencial de impacto. No entanto, para garantir consistência, ampliar o alcance e qualificar a comunicação, é imprescindível contar com uma equipe especializada, capaz de planejar campanhas, realizar diagnósticos, definir estratégias e criar conteúdos com regularidade e qualidade técnica. Diante desse cenário, a contratação de serviços de publicidade se mostra não apenas necessária, mas estratégica. Com ela, o Conselho poderá manter uma comunicação eficiente, contínua e integrada com a categoria e a sociedade, potencializando o papel institucional do Coren-CE como referência pública, formadora de opinião e promotora da valorização da Enfermagem cearense.

2.2. Objetivos da Contratação: Realizar a produção gráfica de 5.000 (cinco mil) exemplares do informativo institucional do Coren-CE, com finalidade de divulgação das ações do Conselho junto à categoria profissional e à sociedade, em alinhamento com o Plano de Comunicação aprovado para o exercício de 2025.

2.3. Alinhamento com o Planejamento Estratégico: A presente contratação está alinhada ao Plano de

Comunicação Institucional do Coren-CE e atende aos seguintes eixos estratégicos:
Consolidação da presença regional

Valorização da Enfermagem

Transparência e transformação digital

Trata-se de ação prevista na linha de comunicação multicanal e campanhas institucionais permanentes, com destinação orçamentária específica aprovada no Plano de Trabalho da Assessoria de Comunicação.

3. Descritivo do objeto a ser contratado:

A presente contratação tem por objeto a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de uma agência de propaganda, conforme definido no art. 2º da Lei nº 12.232/2010. Os serviços envolvem a realização integrada de atividades como estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão externa e distribuição de publicidade nos diversos meios de divulgação, com o objetivo de:

Valorizar e representar os profissionais de Enfermagem do Ceará;

Informar a categoria e a sociedade sobre as ações do Coren-CE;

Fortalecer a imagem institucional do Conselho;

Promover a visibilidade da profissão e das entregas da gestão.

Estão incluídas como atividades complementares:

Planejamento e execução de pesquisas de opinião e diagnósticos de comunicação;

Criação e produção de peças publicitárias e projetos gráficos e audiovisuais;

Desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, compatíveis com as novas tecnologias e mídias digitais.

As ações publicitárias deverão atender a diversas demandas institucionais, como:

Campanhas educativas e de valorização da Enfermagem;

Cobertura de eventos e ações itinerantes;

Campanhas de médio e grande porte (como anuidade e Semana da Enfermagem);

Comunicação multicanal (off-line e on-line), incluindo redes sociais, podcasts, vídeos, materiais impressos, entre outros;

Implantação e manutenção da TV Coren, canal oficial do Conselho no YouTube.

A agência contratada deverá ainda realizar a gestão da identidade institucional, produção de vinhetas, aberturas, roteiros, cobertura fotográfica e audiovisual, além da produção de materiais editoriais e promocionais.

A execução contratual seguirá critérios técnicos e será conduzida sob a forma de execução indireta, conforme

previsto na Lei nº 12.232/2010, e subsidiariamente pela Lei nº 14.133/2021.

Os arquivos produzidos deverão ser entregues abertos ou finalizados, garantindo a reutilização e adaptação dos materiais pelo Coren-CE.

A atuação da agência será complementar ao trabalho da Assessoria de Comunicação, permitindo ampliar a agilidade e a qualidade das ações estratégicas de comunicação do Conselho.

4. Previsão de data em que deve ser iniciada a execução do objeto:

Setembro de 2025 a Setembro de 2026

5. Indicação dos membros da equipe de planejamento da contratação:

Função/Cargo: Assessora de Comunicação
Nome da Servidoras: Polianna Iorrani Uchoa Pereira
Matrícula: 000479

6. Responsabilidade pela Formalização da Demanda:

Certifico que a formalização da demanda acima identificada se faz necessária pelos motivos expostos no item 2 do presente documento e que o mesmo traz os conteúdos previstos na Instrução Normativa SEGES/MP nº 5/2017.

Declaro que os servidores indicados acima, foram comunicados e estão cientes de suas atribuições.

Polianna Iorrani Uchoa Pereira
Assessora de Comunicação do Coren/CE

7. Despacho do Presidente:

Demanda autorizada
 Demanda não autorizada

Natana Cristina Pacheco Sousa
Presidente do Coren-CE

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO - AÇÃO PUBLICITÁRIA

Diretrizes para a Comunicação do COREN-CE

O ano de 2025 marcou uma fase de expansão institucional e fortalecimento do vínculo com os profissionais de enfermagem no Ceará. Para os próximos meses, o COREN-CE seguirá avançando com base em três grandes eixos estratégicos que nortearão o planejamento de comunicação: Consolidação da Presença Regional: será ampliado o projeto Coren Itinerante, com novas rotas e pontos fixos de atendimento em regiões ainda não contempladas. A comunicação deve acompanhar essas ações, informando os profissionais, mobilizando as comunidades locais e documentando as entregas de forma acessível e visualmente atrativa.

Valorização da Enfermagem:

A próxima fase de campanhas buscará ampliar o reconhecimento social da profissão. Serão desenvolvidas narrativas que destacam a importância dos enfermeiros, técnicos e auxiliares no cotidiano da saúde pública, com foco em histórias reais, protagonismo feminino e inovação no cuidado.

A Semana da Enfermagem de 2026 será desenhada desde já como um marco celebrativo e estratégico da comunicação institucional.

Transformação Digital e Transparência:

Novos recursos tecnológicos serão implementados para facilitar o acesso aos serviços do Conselho.

A comunicação terá papel central na educação digital dos profissionais: guias de uso, vídeos explicativos, lives e conteúdos educativos devem integrar o plano anual, reforçando o compromisso do COREN-CE com agilidade, inclusão e desburocratização.

Além disso, será prioridade fortalecer a escuta ativa dos inscritos, com pesquisas de opinião recorrentes, canais de interação digital e campanhas participativas, assegurando que a comunicação reflita não apenas as ações da gestão, mas também as demandas e expectativas da base.

Com planejamento, sensibilidade e estratégia, a comunicação continuará sendo ferramenta essencial para informar, engajar e valorizar quem faz da Enfermagem uma vocação.

O COREN-CE faz seu trabalho com tamanha excelência e inovação no Ceará que suas práticas naturalmente se tornam referência nacional.

BIG IDEA:

"CEARÁ: ONDE A ENFERMAGEM DO FUTURO ACONTECE PRIMEIRO"

DIRECIONAL ESTRATÉGICO FINAL:

"Fazer o papel do COREN-CE no Estado do Ceará com tamanha excelência que cada conquista local inspire

e influencie a enfermagem brasileira."

Diretrizes estratégicas

Foco na excelência regional que naturalmente repercute nacional;

COREN-CE como referência por mérito, não por competição;

Cada ação bem-feita no Ceará vira inspiração para outros estados;

Representantes da Enfermagem do Ceará como amplificadora dessas boas práticas em Brasília;

Reconhecimento nacional como consequência, não como objetivo principal.

Este direcional equilibra perfeitamente:

Linguagem provocativa

Excelência sem competição

Conexão local/nacional clara

Ambição de reconhecimento por mérito

DO'S & DON'TS DA COMUNICAÇÃO

FAÇA:

Mostre resultados concretos - números, cases, transformações reais

Conte histórias de protagonismo - enfermeiros cearenses fazendo a diferença

Use linguagem de pioneirismo - "primeiro", "inovador", "referência"

Conecte local com nacional - "aqui no Ceará, para todo o Brasil"

Celebre a excelência cearense - orgulho regional bem fundamentado

Amplifique conquistas via representantes da enfermagem - ponte política como diferencial

Documente e compartilhe metodologias - ensinar outros a fazer igual

DO'S & DON'TS DA COMUNICAÇÃO

NÃO FAÇA:

Comparar ou diminuir outros CORENs - nada de "melhor que"

Usar tom competitivo - não é disputa, é excelência

Prometer sem entregar - só comunique o que é real e mensurável

Falar só para dentro - evitar linguagem corporativa demais

Ignorar o contexto nacional - não isolar as conquistas cearenses

Subestimar outros estados - respeito sempre

Criar expectativas irreais - ser ambicioso, mas factível

TOM DE VOZ E PERSONALIDADE

PERSONALIDADE DA MARCA:

ORGULHOSO | PIONEIRO | INSPIRADOR | CONECTADO | REALIZADOR

TOM DE VOZ:

Confiante, mas não arrogante - "Fizemos e deu certo"

Inspirador, mas não fantasioso - baseado em fatos reais

Regional, mas não regionalista - cearense que pensa

Brasil Técnico, mas não hermético - credível e acessível

Propositivo, mas não pré-potente - mostra o caminho sem impor

TOM DE VOZ E PERSONALIDADE

LINGUAGEM:

Frases de impacto com dados concretos

Storytelling de transformação real

Verbos de ação - fazer, realizar, transformar, inspirar

Conectores - "do Ceará para o Brasil", "aqui primeiro, depois em todo lugar"

MATRIZ SWOT - COREN CEARÁ

FORÇAS E FRAQUEZAS

FORÇAS:

Conexão Política Única

Conselheira Ana Paula como Deputada federal da enfermagem, criando ponte direta entre COREN CE e Brasília que poucos conselhos regionais possuem.

Capilaridade Estadual Diferenciada

Presença efetiva no interior com projetos descentralizados (Semana da Enfermagem em 8 municípios, Coren Itinerante).

Projetos Inovadores Consolidados

Saúde Para Todos, Fiscalização 24h, certificação digital - práticas pioneiras já implementadas e funcionando.

Gestão Renovada e Legitimada

Nova gestão "Renovação e Trabalho" eleita com quase 17 mil votos, demonstrando forte apoio da categoria.

Modernização Tecnológica

Vanguarda na implementação de CDEnf, Certificado Digital e serviços online que facilitam vida do profissional.

Parcerias Estratégicas

Convênios consolidados (UNIFOR, CNA, Fecomércio) e alinhamento com sindicatos para ações conjuntas.

FRAQUEZAS:

Baixo Reconhecimento Nacional;

Executa excelência local mas não consegue projeção nacional equivalente ao trabalho realizado;

Déficit Narrativo;

Faz muito, mas não sabe contar a própria história de forma que gere buzz e reconhecimento externo;

Dependência de conexão política.

Recursos limitados vs. grandes centros;

Orçamento e estrutura menores comparado a CORENs de SP, RJ que dominam a narrativa nacional;

Comunicação ainda regional;

Estratégias e canais de comunicação focados principalmente no público cearense, limitando alcance nacional;

Síndrome do bom aluno invisível;

Frustração latente por fazer tudo certo mas não receber reconhecimento proporcional ao esforço.

OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

OPORTUNIDADES:

Momento político favorável;

R\$ 11 bilhões no orçamento federal para enfermagem e criação da Frente Parlamentar da categoria;
Valorização pós-pandemia;
Sociedade receptiva a histórias de reconhecimento da enfermagem após papel crucial na covid 19;
Corrida digital em curso;
CORENs investindo em modernização digital - espaço para COREN-CE se destacar como pioneiro;
Demanda por referências.
Outros CORENs buscando boas práticas e metodologias eficazes para replicar;
Mídia receptiva a cases de sucesso;
Veículos especializados e gerais interessados em histórias inspiradoras da enfermagem;
Modernização do Sistema Cofen/Conselhos Regionais;
Momento de transformação digital nacional permite que COREN-CE seja early adopter e referência;
Investimento robusto em comunicação;
R\$ 3,5 milhões permitem estratégias ambiciosas de posicionamento nacional

AMEAÇAS:

Mudanças no cenário político podem afetar apoio federal e políticas favoráveis à enfermagem;
Precarização crescente;
Terceirizações e "quarteirizações" dificultam garantia de direitos e condições dignas de trabalho;
Desinformação e Fake News;
Risco de notícias falsas sobre órgãos de classe afetarem credibilidade e confiança dos profissionais;
Crise econômica.
Restrições orçamentárias em estados e municípios podem impactar contratações e investimentos em saúde;
Live YouTube: prestação de contas interativa;
Instagram retrospectiva: conquistas do ano;
Newsletter especial: projeções anuais;
Vídeo retrospectiva;
Publicação impressa com retrospectiva;
WhatsApp mensagem:
Agradecimento direto.

PLANEJAMENTO TÁTICO

Como parte da reestruturação institucional do COREN Ceará, está em fase de implementação um robusto projeto de comunicação estratégica, que pretende reposicionar o Conselho como referência nacional em relacionamento com a categoria e em prestação de contas à sociedade.

A comunicação, nesta gestão, será tratada como eixo transversal e estruturante. O plano em desenvolvimento tem como base três grandes pilares: visibilidade institucional, engajamento da categoria e valorização da enfermagem cearense.

Para isso, estamos estruturando um calendário anual de ações, com campanhas integradas que combinem mídias tradicionais, digitais e territoriais. A principal delas será a Semana da Enfermagem, tratada não apenas como celebração, mas como uma ação de reconhecimento público da importância dos profissionais.

A campanha será multicanal, com forte presença em TV, rádio, redes sociais, mídia exterior e portais de notícia, dialogando tanto com a sociedade quanto com os formadores de opinião.

Além disso, estão sendo planejadas campanhas mensais temáticas ao longo do ano – como “Fiscalização Profissional”, “Educação Continuada”, “Inovação na Enfermagem” e “Prestação de Contas” – com conteúdo voltado aos profissionais e uma abordagem que combine dados, histórias reais e informação de serviço.

Estamos modernizando nossos canais proprietários: redes sociais, site institucional, canal no YouTube e atendimento via WhatsApp serão fortalecidos com identidade visual coerente, produção audiovisual contínua e linguagem acessível e técnica. Nossa meta é transformar o COREN-CE em uma referência em comunicação pública entre os conselhos regionais.

Também será implementado um sistema contínuo de escuta ativa, com pesquisas de percepção, análise de menções digitais e canais para feedback direto, permitindo que a comunicação seja construída com base na experiência real dos profissionais da enfermagem.

A missão desse projeto é clara: fazer com que cada profissional de enfermagem do Ceará se sinta representado, informado e valorizado. E, para além disso, garantir que a sociedade cearense reconheça a importância vital da enfermagem e o papel institucional do Conselho.

01 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: Eventos institucionais e ações presenciais - Criação e produção de identidade visual, cobertura de vídeos, lives e fotos.

Verba: R\$ 496.000,00

Ações/campanha/evento: 50 anos do Coren-CE Comenda Gente Que Ama A Enfermagem Encontro das Comissões de Ética. Projeto Pró-Ética Ceará (PROÉTICA) — ações itinerantes regionais. Encontro de Obstetras. Encontro de Responsáveis Técnicos (RTs) Encontro de Auxiliares e Técnicos de Enfermagem. Primeiro Congresso de Estudantes de Enfermagem do Ceará. Coren Capacita — eventos de qualificação. Diretor Itinerante — ações de aproximação e escuta ativa. Escritório Itinerante — descentralização dos serviços do Conselho.

02 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: Campanha de médio porte - campanha de anuidade

Verba: R\$ 408.000,00

Ações/campanha/evento: TV local (Verdes Mares, Jangadeiro, TV Ceará): inserções com vídeos curtos de conscientização e prestação de contas Rádios regionais (CBN, Verdes Mares, rádios comunitárias do

interior): spots com linguagem acessível e regionalizada Jornais impressos e online (O POVO, Diário do Nordeste): anúncios explicativos sobre a anuidade e benefícios Busdoors nas principais cidades Painéis digitais: em avenidas de grande circulação Cartazes e totens: em hospitais públicos e privados, unidades de saúde e instituições de ensino Social Ads (Instagram, Facebook, TikTok): Campanhas com vídeos curtos, depoimentos, animações e cards informativos Google Ads: Campanhas de busca e display para quem procura termos como "como pagar anuidade coren", "boleto coren ceará", etc. YouTube: Vídeos educativos curtos (30s a 1min) explicando o uso da anuidade na prática (fiscalização, capacitação, projetos) Website oficial: Página exclusiva com perguntas frequentes, calendário de pagamento, links diretos para emissão do boleto e canais de atendimento Disparo de e-mails e mensagens via WhatsApp Business com lembretes amigáveis e links diretos.

03 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: Campanha de Grande porte: Semana da Enfermagem

Verba: R\$ 923.000,00

Ações/campanha/evento: TV aberta (Globo, SBT, Band, Record, TV Ceará) - VTs de 30" e 60" com histórias reais e mensagens emocionais TV aberta (Globo, SBT, Band, Record, TV Ceará) - Patrocínio de programas jornalísticos e institucionais Rádio (CBN, Verdes Mares, rádios comunitárias) - Spots de 30" sobre a importância da enfermagem e Entrevistas com profissionais e representantes do COREN-CE Painéis digitais em Fortaleza e cidades polo (8 municípios) Busdoors em ônibus da região metropolitana Totens e displays em hospitais, terminais e shoppings Faixas e painéis em frente às unidades de saúde públicas Instagram e Facebook Ads (segmentação geográfica e profissional) - Cards com mensagens de valorização e depoimentos em vídeo (feed + stories) YouTube Ads - Vídeos de 30" com apelo emocional e institucional Google Ads (Display + YouTube) - Foco em reconhecimento e amplificação de visibilidade LinkedIn Ads - Conteúdo institucional voltado a tomadores de decisão.

04 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: Campanhas publicitárias permanentes - campanhas desenvolvidas via comunicação multicanal e recursos próprios de comunicação de forma perene.

Verba: R\$ 323.000,00

Ações/campanha/evento: Campanha de registro profissional: orientação sobre importância e processos. Campanha "Professor em dia": incentivo à regularização dos docentes. Divulgação do "Boleto Fácil" — pagamento da anuidade via CPF. Divulgação de parceiros e convênios: benefícios e vantagens para profissionais. Campanhas de valorização profissional: "Digitais que Marcam Vidas". Campanhas explicativas sobre as ações e serviços do Conselho.

05 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: Comunicação multicanal.

Verba: R\$ 485.000,00

Ações/campanha/evento: Conteúdos digitais: redes sociais, YouTube, TikTok, LinkedIn. - criação de postagens, legendas, monitoramento e interações dos principais canais digitais E-mail marketing e newsletter. Materiais impressos: folders, cartazes, brindes.

06 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: Gestão da identidade e comunicação institucional.

Verba: R\$ 95.000,00

Ações/campanha/evento: Padronização da identidade visual do Coren-CE. Manual de aplicação da marca. Plano de comunicação de crise. Rebranding ou atualização visual, se necessário.

07 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: COREN CE - produção audiovisual.

Verba: R\$ 452.000,00

Ações/campanha/evento: Instituir a TV Coren como um canal oficial no YouTube. Criação e planejamento de conteúdos audiovisuais. Publicação estratégica dos conteúdos no canal da TV Coren. Criação de vinhetas, aberturas e identidade visual audiovisual. Lives semanais (4 por mês), com temáticas mensais ligadas a campanhas e ações do Conselho.

08 - Campanhas publicitárias para o projeto de publicidade do Coren-CE:

Centro de custo: Produção gráfica e editorial: materiais institucionais e promocionais.

Verba: R\$ 318.000,00

Ações/campanha/evento: Revista do Coren-CE. RETEP (Revista Técnica e Profissional). Compilações legislativas atualizadas. Agenda institucional. Materiais promocionais e de divulgação: Folders, cartazes e painéis. Banners físicos e digitais. Brindes personalizados para eventos (canecas, ecobags, cadernos etc.).

Verba Total R\$ 3.500.000,00

Rua Coronel Juca, 294., - Bairro Meireles, Fortaleza/CE

CEP 60170-320 Telefone:

- www.coren-ce.org.br

Referência: Processo nº 00231.002512/2025-53

SEI nº 1611570