



SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO
Avenida Salgado Filho, s/n, Centro Administrativo do Estado - Bairro Lagoa Nova, Natal/RN, CEP 59064-901
Telefone: (84) 3232-2125 e Fax: @fax_unidade@ - www.sead.rn.gov.br

EDITAL Nº 90002/2026/2026

Processo nº 07720002.000004/2025-11

SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO - SEAD

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO



Documento assinado eletronicamente por **IRANILDO GERMANO DOS SANTOS**, Secretário de Estado da Administração, em 30/01/2026, às 09:21, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º do [Decreto nº 27.685, de 30 de janeiro de 2018](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.rn.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **39039302** e o código CRC **DC362B97**.

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, A SEREM PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Concorrência nº 90002/2026 - SEAD

Objeto: Contratação de serviços de publicidade para a Administração Pública do Governo do Estado

SUMÁRIO

1. Disposições Iniciais
2. Objeto
3. Valores contratuais e recursos orçamentários
4. Condições de participação
5. Retirada do edital
6. Esclarecimentos sobre o edital
7. Impugnação do edital
8. Credenciamento de representantes

9. Recebimento das propostas e dos documentos de habilitação
10. Entrega das propostas técnicas
11. Apresentação das propostas técnicas
12. Julgamento das propostas técnicas
13. Entrega das propostas de preços
14. Apresentação das propostas de preços
15. Julgamento das propostas de preços
16. Julgamento final das propostas técnicas e de preços
17. Entrega dos documentos de habilitação
18. Apresentação dos documentos de habilitação
19. Análise dos documentos de habilitação
20. Comissão de Licitação e Subcomissão Técnica
21. Divulgação dos atos licitatórios
22. Recursos administrativos
23. Procedimentos licitatórios
24. Homologação e adjudicação
25. Condições pré-contratuais
26. Garantia de execução
27. Obrigações da contratada e do contratante
28. Fiscalização
29. Remuneração e pagamento
30. Vedações e restrições decorrentes do ano eleitoral
31. Sanções administrativas
32. Disposições finais

ANEXOS

Anexo I	Modelo de procuração
---------	----------------------

Anexo II	Modelo de proposta de preços
Anexo III	Relação das principais referências legais aplicáveis a este contrato
Anexo IV	Tabela Sinapro/RN
Anexo V	<i>Briefing</i> (lote 1)
Anexo VI	<i>Briefing</i> (lote 2)
Anexo VII	<i>Briefing</i> (lote 3)
Anexo VIII	Minuta de contrato
Anexo IX	Termo de referência (lote 1)
Anexo X	Termo de referência (lote 2)
Anexo XI	Termo de referência (lote 3)
Anexo XII	Estudo Técnico Preliminar (lote 1)
Anexo XII	Estudo Técnico Preliminar (lote 2)
Anexo XIV	Estudo Técnico Preliminar (lote 3)

1. **DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1. O ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE, doravante denominado ANUNCIANTE, por intermédio da SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO - SEAD, neste ato representada pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, designada pelo Ato nº 6, de 27/0/2026, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, visando à contratação de **SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**, a serem prestados por intermédio de agências de propaganda, em favor da **ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - ASSECOM**, doravante denominada CONTRATANTE, para atendimento dos seguintes contratos:

1.1.1. Contratação de serviços de publicidade para a **ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**;

1.1.2. Contratação de serviços de publicidade para o **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO RIO GRANDE DO NORTE - DETRAN**;

1.1.3. Contratação de serviços de publicidade para o **INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E MEIO AMBIENTE DO RIO GRANDE DO NORTE - IDEMA**.

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

1.2.1. Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto Federal nº 57.690/1966, o Decreto Federal nº 4.563/2002, e as disposições deste Edital, em acordo com Decreto Estadual nº 25.399/2015.

1.3. Esta licitação será realizada de forma PRESENCIAL, de acordo com o permissivo do a. 17, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021.

1.3.1. A opção pela forma presencial justifica-se pela complexidade técnica e especificidade do objeto. Os serviços de publicidade possuem natureza intelectual e criativa, demandando avaliação qualitativa das propostas.

1.3.1.1. O formato presencial possibilita interação direta entre os LICITANTES e a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, garantindo maior clareza nos esclarecimentos, segurança na análise das propostas e adequada condução das fases procedimentais.

1.3.1.2. Especialmente em processos de alto valor orçamentário e regidos por legislações específicas - como a Lei Federal nº 12.232/2010 (publicidade) - a forma digital pode apresentar riscos de instabilidade técnica e limitações de plataforma, que comprometem a regularidade e a isonomia do certame.

1.3.2. A forma presencial mitiga os riscos apresentados no item anterior e reforça os princípios da transparência, isonomia e competitividade, em consonância com o art. 37 da Constituição Federal.

1.3.3. Registra-se, por fim, que há precedentes administrativos de licitações presenciais para serviços de publicidade, em razão das peculiaridades do objeto, o que confirma a adequação da escolha, com fundamento nos princípios de eficiência, segurança jurídica e interesse público.

2. **OBJETO DE CONTRATAÇÃO**

2.1. O objeto da presente concorrência é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS 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, de modo a atender aos princípios da publicidade e do direito à informação, bem como a difundir ideias, iniciativas ou informar o público em geral acerca das atividades institucionais praticadas pela Administração Pública do Estado do Rio Grande do Norte.

2.1.1. **Integram, ainda, o objeto desta Concorrência, COMO ATIVIDADES COMPLEMENTARES, os seguintes 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) à 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 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:

- a) **Para o LOTE 1 serão contratadas até 5 (CINCO) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**, responsáveis pela execução das ações de comunicação institucional dos diversos órgãos e entidades da Administração Pública Estadual;
- b) **Para o LOTE 2 será contratada 1 (UMA) AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, responsável pela execução das ações de comunicação institucional, com foco na educação para o trânsito e na divulgação de conteúdos de utilidade pública do DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO RIO GRANDE DO NORTE - DETRAN.
- c) **Para o LOTE 3 será contratada 1 (UMA) AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, responsável pela execução das ações de comunicação institucional, com foco no desenvolvimento sustentável e meio ambiente e na divulgação de

conteúdos de utilidade pública do INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E MEIO AMBIENTE DO RIO GRANDE DO NORTE - IDEMA.

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

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

2.2.3. As agências NÃO PODERÃO subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

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

2.2.5. Para a execução dos serviços objeto do contrato do LOTE 1, o CONTRATANTE instituirá PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AS CONTRATADAS, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, conforme disposto no Art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

3. **VALORES CONTRATUAIS E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

3.1. Os valores das contratações decorrente deste Edital estão estimados, pelos primeiros 12 (doze) meses:

a) para o LOTE 1: R\$ 25.064.000,00 (vinte e cinco milhões e sessenta e quatro mil reais);

b) para o LOTE 2: R\$ 6.250.000,00 (seis milhões, duzentos e cinquenta mil reais); e

c) para o LOTE 3: R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

3.2. As previsões de recursos orçamentários para a execução dos serviços no exercício financeiro de 2025 estão consignadas na Lei Orçamentária Anual – LOA 2026, nos seguintes programas de trabalho (funções programáticas):

a) para o LOTE 1: Unidade Orçamentária: 11105 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL; Programa de Trabalho: 24 131 0102 2111 211101; Ação: Divulgação dos Programas Governamentais; Fonte de Recursos: 0.5.00.000000 Recursos Não Vinculados de Impostos; Elemento de Despesa: 33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica;

b) para o LOTE 2: Unidade Orçamentária: 25203 DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO RIO GRANDE DO NORTE; Programa de Trabalho: 26 128 0202 1485 148501; Ação: 1485 Educação para o Trânsito; Fonte de Recursos: 0.7.52.000000 Recursos Vinculados ao Trânsito - Multas; Elemento de Despesa: 33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica;

c) para o LOTE 3: Unidade Orçamentária: 23290 INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E MEIO AMBIENTE DO RIO GRANDE DO NORTE; Programa de Trabalho: 27 203 18 122 0100; Ação: 122 Administração Geral; Fonte de Recursos: 0.5.01 Outros Recursos Não Vinculados; Elemento de Despesa: 33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica.

3.2.1. Eventuais alterações na dotação orçamentária indicada serão formalizadas por meio de apostilamento, nos termos do Art. 124, § 1º, inciso I, da Lei nº 14.133/2021.

3.2.2. Em relação aos LOTES 2 e 3, a transferência da dotação orçamentária e dos correspondentes recursos financeiros à ASSECOM dar-se-á por meio de processo administrativo próprio, formalizado mediante descentralização de crédito regularmente efetivada pelo órgão setorial de orçamento competente.

3.3. PARA TODOS OS LOTES, a Assessoria de Comunicação Social – ASSECOM reserva-se o direito de executar, total ou parcialmente, os valores contratados, conforme juízo de conveniência e oportunidade da Administração.

3.4. No interesse da Administração, às LICITANTES estarão obrigadas a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários na execução dos serviços, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, nos termos do Art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

3.5. Em caso de prorrogação do contrato, as dotações orçamentárias correspondentes aos exercícios subsequentes serão devidamente consignadas nas respectivas Leis Orçamentárias Anuais, assegurando a continuidade da execução contratual.

3.5.1. Por ocasião da prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com as CONTRATADAS, com fundamento em pesquisa de preços atualizada, visando à obtenção de maior

vantajosidade para a Administração ao longo da execução contratual.

3.5.2. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, proceder à revisão dos percentuais de remuneração acordados com as CONTRATADAS, mediante termo aditivo, desde que constatada eventual redução nas referências de mercado.

4. **CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

4.1. Poderá participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do Art. 4º, § 1º da Lei Federal Nº 12.232/2010, e as normas da atividade publicitária, sob orientação do Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), em seu texto vigente na presente data, doravante designados concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos.

4.2. NÃO PODERÁ PARTICIPAR desta Concorrência a agência de propaganda:

- a) que esteja cumprindo sanção de suspensão temporária de participação em licitação ou de impedimento de contratar com a Administração Pública Estadual;
- b) cuja falência tenha sido decretada, ou que esteja em processo de recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido declarada inidônea por qualquer esfera da Administração Pública – Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não opere regularmente no território nacional;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a SUBCOMISSÃO TÉCNICA ou mantenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE e/ou com a CONTRATANTE;
- f) que esteja reunida em consórcio; ou
- g) que atue sem fins lucrativos.

4.2.1. Para fins de verificação das condições de participação das LICITANTES, serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), ao Portal da Transparência da Controladoria-Geral da União (CGU), ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CNIA/CADIN), mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), conforme o disposto no Acórdão nº 1.793/2011 – Plenário do Tribunal de Contas da União – TCU, e no Art. 91, § 4º, da Lei nº 14.133/2021.

4.2.2. Após análise da natureza do objeto licitado, concluiu-se que a VEDAÇÃO À PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS não compromete a competitividade do certame, uma vez que os serviços licitados podem ser executados por empresas individualmente, detentoras da qualificação técnica e econômico-financeira exigida, sendo desnecessária a constituição de consórcios. Tal vedação está fundamentada nas orientações contidas nos Acórdãos nº 1.636/2006-P e nº 566/2006-P, ambos do Tribunal de Contas da União – TCU.

4.2.2.1. A vedação à participação de consórcios nesta licitação mantém-se plenamente justificada diante das características do mercado local e da capacidade técnica individual das empresas potencialmente participantes.

- Constatou-se que o segmento publicitário dispõe de agências com estrutura operacional e qualificação técnica suficientes para a execução integral dos serviços licitados, observados os níveis de exigência de habilitação técnica e econômico-financeira previstos neste edital.
- 4.2.2.1.2. A formação de consórcios não se mostra necessária para a adequada competição, uma vez que as exigências de qualificação foram dimensionadas de forma proporcional e compatível com o objeto, assegurando a participação de empresas de porte e experiências compatíveis com a complexidade da contratação.

4.3. A LICITANTE poderá participar desta Concorrência com mais de uma proposta, desde que para LOTES DISTINTOS.

4.3.1. Caso a LICITANTE seja declarada vencedora em mais de um LOTE, deverá, ao final do certame, optar por apenas um deles para efeito de adjudicação.

4.3.1.1. O LOTE objeto de desistência será adjudicado à LICITANTE imediatamente subsequente na ordem de classificação, desde que esta não tenha sido vencedora de outro LOTE e manifeste interesse, aplicando-se a mesma lógica às demais classificadas.

4.3.2. A desistência do LOTE, nos termos do subitem anterior, não implicará a aplicação de qualquer penalidade à LICITANTE.

- 4.4. A participação nesta Concorrência implica, para a LICITANTE, a tácita aceitação de que:
- a) recebeu da COMISSÃO DE LICITAÇÃO o INVÓLUCRO padronizado previsto no subitem 10.1.1.1;
 - b) obteve todas as informações necessárias ao fiel cumprimento do edital;
 - c) aceita, de forma plena e irrevogável, todos os seus termos, cláusulas e condições;
 - d) compromete-se com a veracidade e legitimidade dos documentos e informações apresentados em qualquer fase do processo; e
 - e) submete-se aos preceitos legais e regulamentares em vigor.

4.5. A LICITANTE assumirá integralmente todos os custos relativos à elaboração e apresentação das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, bem como da DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO exigida neste certame, não cabendo ao ANUNCIANTE e/ou CONTRATANTE qualquer responsabilidade por tais despesas, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

5. **RETIRADA DO EDITAL**

5.1. Este Edital será fornecido de forma gratuita, podendo ser retirado por meio do sítio PORTAL DE COMPRAS RN (<http://compras.rn.gov.br/>) e no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP, observados os procedimentos ali previstos.

5.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar, no endereço eletrônico citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. **ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

6.1. Esclarecimentos acerca desta Concorrência serão prestados pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, desde que os pedidos sejam formalmente recebidos com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis da data prevista para abertura do certame, exclusivamente pelo endereço eletrônico institucional: **licitacoes@sead.rn.gov.br**.

6.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO no prazo de até 3 (três) dias úteis, contados de seu recebimento.

6.1.2. As respostas aos pedidos de esclarecimentos serão divulgadas exclusivamente por meio eletrônico, no endereço oficial do ANUNCIANTE na internet **<http://compras.rn.gov.br/>**, sem identificação da LICITANTE consulente ou de seu representante.

6.1.2.1. **A LICITANTE deverá abster-se, em eventual pedido de esclarecimento, de utilizar qualquer expressão, elemento ou referência que permita a identificação de sua Proposta Técnica, constante do INVÓLUCRO Nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada).**

6.1.3. Compete às LICITANTES interessadas acessarem, com regularidade, o endereço eletrônico indicado, a fim de tomarem conhecimento das perguntas e respostas divulgadas, mantendo-se devidamente atualizadas quanto aos esclarecimentos e informações adicionais referentes a este Edital.

6.1.4. Os pedidos de esclarecimentos não constituem, por si sós, motivo para alteração da data e horário estabelecidos para o recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, conforme previsto no subitem 9.2 deste Edital.

7. **IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

7.1. O pedido de impugnação ao Edital, devidamente fundamentado e com a indicação das falhas ou irregularidades que o viciaram, deverá ser encaminhado por MEIO ELETRÔNICO, para o endereço institucional do ANUNCIANTE **licitacoes@sead.rn.gov.br**, observados os prazos previstos no subitem 7.5.

7.1.1. Nessa hipótese, o documento original deverá ser apresentado fisicamente, no endereço e horários mencionados no subitem anterior, com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis da data fixada para abertura do certame.

7.2. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras estabelecidas neste item será recebida apenas como mera informação, sem efeito suspensivo ou obrigatoriedade de análise formal.

7.3. A apresentação tempestiva de impugnação por LICITANTE não a impedirá de participar regularmente do processo licitatório, salvo decisão em sentido contrário proferida em caráter definitivo.

7.4. Os pedidos de impugnação serão analisados e julgados pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO no prazo de até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do Art. 170 da Lei nº 14.133/2021, que autoriza a prorrogação do prazo para decisão, mediante justificativa expressa.

7.5. DECAIRÁ DO DIREITO DE IMPUGNAR os termos deste Edital perante a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO:

I. o CIDADÃO e/ou LICITANTE que não se manifestar até 6 (seis) dias úteis antes da data fixada para abertura da licitação.

7.5.1. Para os fins do disposto no inciso I do subitem anterior, considera-se LICITANTE a empresa que tenha retirado formalmente o Edital, conforme previsto no Aviso de Licitação ou neste instrumento convocatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação 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 Especial de Licitação 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 I. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação 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 Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. Para cada LOTE, as PROPOSTAS TÉCNICAS, as PROPOSTAS DE PREÇOS e os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO das LICITANTES deverão ser entregues à COMISSÃO DE LICITAÇÃO em 05 (cinco) INVÓLUCROS distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2. Os INVÓLUCROS contendo as PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS serão recebidos na seguinte data e local:

Data: 30/03/2026

Horário: às 10h

Local: Comissão de Licitação da Secretaria de Estado da Administração, localizada na BR 101 KM 0 - Av. Senador Salgado Filho, S/N, Centro Administrativo do Estado, Lagoa Nova - Natal/RN, CEP: 59064-901.

9.3. Caso não haja expediente na data fixada, os INVÓLUCROS serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local estabelecidos.

9.4. Os INVÓLUCROS contendo os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO serão recebidos e abertos em data, local e horário a serem oportunamente designados pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO, com a devida comunicação às LICITANTES.

9.5. Todos os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário oficial de Brasília/DF.

9.6. O recebimento e a abertura dos INVÓLUCROS, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão às disposições contidas neste Edital, especialmente no item 23, e à legislação aplicável.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A PROPOSTA TÉCNICA deverá ser entregue à COMISSÃO DE LICITAÇÃO, acondicionada em 3 (três) INVÓLUCROS distintos, numerados como INVÓLUCRO Nº 1, INVÓLUCRO Nº 2 e INVÓLUCRO Nº 3, conforme disposições contidas nos itens 11, 13 e 17 deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 1

10.1.1. No INVÓLUCRO Nº 1 deverá ser acondicionado o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, conforme disposto nos subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1. **Somente será aceito o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA que estiver devidamente acondicionado no INVÓLUCRO padronizado fornecido pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, o qual deverá ser retirado exclusivamente pela LICITANTE que o solicitar formalmente, recebidos na Comissão de Licitação da Secretaria de Estado da Administração, localizada na BR 101 KM 0 - Av. Senador Salgado Filho, S/N, Centro Administrativo do Estado, Lagoa Nova - Natal/RN, CEP: 59064-901, a partir do dia 09/02/2026, de segunda a sexta-feira, das 09h às 12h.**

10.1.1.2. O INVÓLUCRO Nº 1 deverá ser entregue sem qualquer tipo de fechamento ou rubrica, com o objetivo de preservar o sigilo quanto à autoria da proposta até o momento de abertura do INVÓLUCRO Nº 2. O INVÓLUCRO Nº 1 não poderá:

- a) conter qualquer forma de identificação da LICITANTE;
- b) apresentar informações, marcas, sinais, etiquetas ou quaisquer elementos que permitam a identificação da LICITANTE;
- c) estar danificado ou deformado por conta dos materiais nele contidos, de modo a possibilitar a identificação da LICITANTE.

INVÓLUCRO Nº 2

10.1.2. No INVÓLUCRO Nº 2 deverá ser acondicionado o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA, conforme estabelecido no subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1. O INVÓLUCRO Nº 2 deverá estar fechado e rubricado em seu fecho, com a seguinte identificação externa:

INVÓLUCRO Nº 2
PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 90002/2026– SEAD

10.1.2.2. Este INVÓLUCRO deverá ser providenciado pela própria LICITANTE, podendo ser confeccionado em embalagem compatível com as características dos documentos, desde que garanta a inviolabilidade de seu conteúdo até o momento de sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 3

10.1.3. No INVÓLUCRO Nº 3 deverão ser acondicionados os documentos relativos à CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, ao REPERTÓRIO e aos RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, nos termos dos subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. O INVÓLUCRO Nº 3 deverá estar fechado e rubricado em seu fecho, com a seguinte identificação externa:

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 90002/2026– SEAD

10.1.3.2. O INVÓLUCRO Nº 3 deverá ser providenciado pela LICITANTE, podendo ser constituído de embalagem adequada às características dos documentos, desde que assegurada a inviolabilidade das informações contidas até sua abertura.

10.1.3.3. O INVÓLUCRO Nº 3 não poderá conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou elemento que conste do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, que possa permitir a identificação de sua autoria 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 seguintes quesitos e subquesitos:

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 deverá ser redigida em língua portuguesa, com clareza, correção e objetividade, sendo admitidas expressões técnicas de uso corrente em outros idiomas. É vedada a apresentação do documento com emendas, rasuras ou correções manuais.

11.1.2. A Proposta Técnica será apresentada em 3 (três) vias digitais distintas, sendo duas delas destinadas ao Plano de Comunicação Publicitária e uma para o conjunto de informações relativas à LICITANTE, conforme as instruções deste Edital.

11.1.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado em duas vias digitais, sendo:

- uma VIA NÃO IDENTIFICADA, para fins de julgamento objetivo pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA, conforme orientações a seguir;
- uma VIA IDENTIFICADA, para fins de vinculação da proposta à respectiva LICITANTE.

11.2. QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA): para sua apresentação, a LICITANTE deverá observar as seguintes orientações técnicas e formais:

- O conteúdo deverá ser apresentado em caderno único, com orientação retrato, encadernado com espiral preto posicionado no lado esquerdo;
- A capa e a contracapa deverão ser confeccionadas em papel A4 branco, com gramatura de 90g/m², ambas sem qualquer tipo de inscrição ou marca;
- O conteúdo interno deverá ser impresso em papel A4 branco, com gramatura de 75g/m², com orientação retrato, observando-se o disposto na alínea "c.2" do subitem 11.2.2 deste Edital;
- As margens deverão ter espaçamento de 3cm na lateral esquerda e 2cm na lateral direita, contados a partir das bordas da página;
- Os títulos, subtítulos, parágrafos e linhas subsequentes deverão ser apresentados sem recuos;
- O espaçamento entre as linhas deverá ser simples, admitindo-se espaçamento duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos, a critério da LICITANTE;
- O texto deverá apresentar alinhamento justificado;
- O conteúdo textual e a numeração das páginas deverão ser apresentados na fonte Arial, cor preta, tamanho 12, observando-se os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- As páginas deverão ser numeradas sequencialmente pelo editor de textos, em algarismos arábicos, posicionados no centro inferior, iniciando-se a contagem a partir da primeira página interna;
- É vedada a inserção de qualquer elemento que permita a identificação da LICITANTE, seja por meio de nome, marca, logotipo, símbolo, etiqueta ou outro sinal gráfico.

11.2.1. As especificações estabelecidas no subitem 11.2 não se aplicam às peças mencionadas na alínea "b" do subitem 11.3.3, nem à identificação prevista no subitem 11.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os subquestos RACIOCÍNIO BÁSICO e ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA poderão conter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) Os elementos visuais poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações deverão ser apresentados na fonte Arial, com tamanho compreendido entre 8 (oito) e 12 (doze) pontos;
- c) As páginas que contenham esses elementos poderão ser:
 - c.1) impressas em papel A3 dobrado. Nessa hipótese, para efeito do limite de páginas previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será considerada como equivalendo a 2 (duas) páginas de papel A4;
 - c.2) impressas com orientação paisagem (*landscape*).

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA poderão:

- I. ser editados em cores;
- II. utilizar fontes e tamanhos comumente empregados nesse tipo de documento;
- III. apresentar qualquer formatação de margens, conforme a necessidade do conteúdo;
- IV. ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos esses elementos poderão, igualmente, ser impressas com orientação paisagem, independentemente do formato do papel.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto IDEIA CRIATIVA deverão ser apresentados separadamente do caderno mencionado na alínea "a" do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão estar adequados às dimensões do INVÓLUCRO Nº 1, cabendo à LICITANTE observar as disposições das alíneas "c" dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1, bem como do subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA não poderá conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possa permitir a identificação de sua autoria, até o momento da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

11.2.6. Os textos referentes aos subquestos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e à RELAÇÃO prevista na alínea "a" do subitem 11.3.3 deverão, em seu conjunto, respeitar o limite máximo de 10 (dez) páginas.

11.2.7. Os textos relativos à ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA não estão sujeitos a limite de páginas. No entanto, recomenda-se especial atenção às disposições das alíneas "c" dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e do subitem 23.2.1.1 deste Edital, quanto à formatação e apresentação.

11.2.8. Para fins desta Concorrência, consideram-se como NÃO MÍDIA os meios publicitários off-line que não envolvam aquisição de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para transmissão de mensagens destinadas a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade exclusiva de indicar o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e seus respectivos subquestos. Essas páginas não serão computadas para efeito do limite de páginas previsto no subitem 11.2.6, devendo, contudo, obedecer às especificações formais estabelecidas no subitem 11.2, no que couber.

11.3. A LICITANTE deverá elaborar o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA com fundamento no *BRIEFING* ESPECÍFICO referente ao lote para o qual apresentar proposta, conforme disposto nos ANEXOS V, VI e VII (*Briefing* para o lote 1, 2 e 3, respectivamente) deste Edital, observando, obrigatoriamente, as diretrizes nele estabelecidas.

11.3.1. SUBQUESTO 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO: deverá conter apresentação estruturada em que a LICITANTE descreverá:

- Análise das características e especificidades do CONTRATANTE e de seu papel no contexto institucional em que está inserido;
- Diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária identificadas no cenário proposto;
- Compreensão do desafio proposto e dos objetivos de comunicação definidos no *Briefing*.

11.3.2. SUBQUESTO 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: deverá apresentar e justificar a ESTRATÉGIA proposta pela LICITANTE para enfrentar o desafio e atingir os objetivos de comunicação, com base nas

diretrizes do *Briefing*, contemplando:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito criativo que sustentam a solução publicitária proposta;
- b) Proposição e fundamentação dos elementos centrais da ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, em especial: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer; e quais meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA: deverá conter a apresentação da proposta de campanha publicitária, com os seguintes elementos:

- a) Relação de todas as peças publicitárias que a LICITANTE considerar necessárias para superação do desafio e alcance dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, contendo descrição individual de cada peça;
- b) Exemplos das peças constantes da relação prevista na alínea anterior, que a LICITANTE considerar mais adequadas para materializar e ilustrar, de forma objetiva, a proposta de campanha publicitária, conforme condições especificadas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea "a" do subitem 11.3.3 deverá restringir-se à especificação de cada peça publicitária, incluindo a explanação de sua finalidade e a definição de suas funções táticas no contexto da campanha proposta.

11.3.3.2. Caso a campanha proposta pela LICITANTE preveja quantidade de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3 para apresentação física de exemplos, a relação mencionada na alínea "a" do subitem 11.3.3 deverá ser organizada em 2 (dois) blocos distintos:

- 1 (um) BLOCO contendo as peças que serão efetivamente apresentadas como exemplos;
- 1 (um) outro BLOCO, com o restante das peças previstas, não acompanhadas de exemplo físico.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias mencionados na alínea "b" do subitem 11.3.3 estarão limitados a 8 (oito) unidades, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica, podendo ser apresentados sob as seguintes formas:

- a) Roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para quaisquer meios de comunicação;
- b) "Monstro" ou *layout* eletrônico, para peças destinadas ao meio rádio;
- c) *Storyboard* animado ou *animatic*, para peças destinadas aos meios TV, cinema e internet;
- d) "Boneca" ou *layout* montado dos materiais classificados como de não mídia.

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser apresentadas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo à sua legibilidade, podendo ser impressas com quantidade ilimitada de cores, com ou sem suporte (*passee-partout*), observando-se o disposto no subitem 11.2.4.

- a) Peças que excedam as dimensões do INVÓLUCRO Nº 1 poderão ser apresentadas dobradas, desde que preservadas suas características.

11.3.3.3.2. Na elaboração de "monstro" ou *layout* eletrônico para o meio rádio, poderão ser inseridos elementos de referência técnica e criativa, tais como trilha sonora, efeitos sonoros de ambientação, vozes de personagens e locução.

11.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic*, será permitida a inserção de fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, vozes de personagens e locução, sendo vedada a utilização de imagens em movimento.

11.3.3.3.4. Os "monstros", *layouts* eletrônicos, *storyboards* animados ou *animatics* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, desde que executáveis em sistema operacional *windows*.

11.3.3.3.4.1. Nas mídias utilizadas para apresentação dos exemplos (CD, DVD ou *pen drive*), é vedada a inserção de qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou elemento gráfico que possibilite a identificação da LICITANTE ou de qualquer anunciante. É permitida apenas a exibição da marca do fabricante do dispositivo e a etiqueta de identificação do seu conteúdo (exemplo: VT, SPOT, etc). Os CD ou DVD ou *pen drive* deverão ser colocados soltos no INVÓLUCRO Nº 1.

11.3.3.3.5. Os exemplos apresentados não serão avaliados com base nos critérios aplicáveis a peças publicitárias finalizadas, servindo apenas como referência representativa das propostas criativas a serem desenvolvidas, independentemente da forma de apresentação escolhida pela LICITANTE.

11.3.3.3.6. Com o objetivo de facilitar a análise e o cotejo das propostas pelos membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA, cada exemplo de peça publicitária deverá conter identificação do tipo de peça, tais como: cartaz, filme para TV, spot de rádio, anúncio para revista, banner para internet, entre outros.

11.3.3.4. Para fins de apuração do limite de 8 (oito) peças físicas que poderão ser apresentadas como exemplos, deverão ser observadas as seguintes regras:

- a) Reduções e variações de formato de uma mesma peça serão consideradas novas peças para fins de contagem;
- b) Cada peça apresentada como parte integrante de um kit será computada individualmente para efeito do limite;
- c) Peças sequenciais, para qualquer meio (ex.: anúncio para revista e jornal, banner digital, painéis de mídia exterior como outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *finger*, entre outros), serão consideradas 1 (uma) única peça, desde que transmitam mensagem única e coesa;
- d) Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados como 1 (uma) peça;
- e) Um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
- f) Um *banner* digital e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

11.3.3.4. No caso de apresentação de *hotsite* conforme a alínea "d" do subitem 11.3.3.4, fica vedada a inserção de vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. SUBQUESTÃO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: constituirá a apresentação e defesa das SOLUÇÕES de mídia e não mídia recomendadas pela LICITANTE, em consonância com a ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA proposta, devendo contemplar:

I- ESTRATÉGIA DE MÍDIA: proposição e justificativa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE a serem empregados para atingir os objetivos da campanha, apresentados sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II- TÁTICA DE MÍDIA: detalhamento da estratégia de mídia, mediante exposição e defesa dos critérios técnicos utilizados na seleção dos veículos de divulgação, definição dos investimentos correspondentes, formatos e períodos de veiculação, por meio de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III- PLANO DE MÍDIA: conjunto de planilhas com a programação das inserções sugeridas, indicando os valores por veículo de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidades de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (tais como CPM, CPP, CPC, entre outros), bem como demais informações consideradas pertinentes pela LICITANTE;

IV- SIMULAÇÃO DE COBERTURA E FREQUÊNCIA: projeção dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia, para os meios em que essas variáveis possam ser mensuradas, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias incluídas na relação prevista na alínea "a" do subitem 11.3.3 deverão estar devidamente contempladas na ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA proposta.

11.3.4.2. O PLANO DE MÍDIA proposto deverá conter um resumo geral com, no mínimo, as seguintes informações:

- a) Período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação ou plataformas digitais de comunicação;
- c) Valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, discriminados por meio, utilizando-se os preços de tabela cheia para a apuração;
- d) Valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, com base em preços de tabela cheia ou, quando inexistentes, em preços simulados pelas plataformas;
- e) Valores absolutos e percentuais destinados à produção e execução técnica de cada peça publicitária veiculada em meios de divulgação ou plataformas digitais;
- f) Valores absolutos e percentuais alocados na produção de cada peça ou material publicitário classificado como de "não mídia";
- g) Valores absolutos e percentuais destinados à distribuição de cada peça de "não mídia";
- h) Valores absolutos e percentuais destinados ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, com uso de novas tecnologias;
- i) Quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de "não mídia".

11.3.4.3. Para fins de simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão corresponder aos preços de tabela cheia vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) É vedada a inclusão, na estratégia de mídia simulada, de veículos que não operem com tabela de preços;
- c) Deverá ser desconsiderado qualquer repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

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

e) Para veículos de comunicação que não atuem com tabelas de Preços Públicos, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a LICITANTE deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: com *true views*, taxa de impressão, geração de *leads*, custo por alcance, CPC, CPE, custo por visualização de vídeo, custo por curtida entre outros).

11.3.4.4. Caso o Edital venha a ser republicado, com reinício do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea "a" do subitem 11.3.4.3 deverão ser aqueles vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA deverá consistir em cópia integral do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, sem a inclusão dos exemplos de peças publicitárias do sub quesito IDEIA CRIATIVA, com a finalidade de permitir a correlação segura da proposta com sua autoria. A VIA IDENTIFICADA deverá observar os seguintes requisitos:

I- conter a identificação da LICITANTE;

II- estar devidamente datada;

III- estar assinada na última página e rubricada nas demais, por representante legal da LICITANTE com poderes para tal, conforme seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5. QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: a LICITANTE deverá apresentar as informações relativas a este quesito em caderno específico, com orientação retrato, em papel no formato A4 ou A3 dobrado, podendo ou não fazer uso de cores. O caderno deverá ser numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por representante legal da LICITANTE, conforme seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno referido no subitem 11.5 não poderá conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA e que possa possibilitar a identificação de sua autoria antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

11.6. A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO será demonstrada por meio de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotografias ou outros recursos gráficos, e deverá conter:

a) Relação nominal dos principais clientes da LICITANTE à época da licitação, com a indicação da data de início do atendimento de cada um;

b) Quantificação e qualificação dos profissionais da equipe, mediante currículos resumidos (com nome, formação acadêmica e experiência profissional), indicando as áreas de atuação dos profissionais que poderão ser disponibilizados para a execução do contrato;

b.1) a quantificação e a qualificação do(s) profissional(is) que poderá(ão) ser disponibilizado(s) para a execução do contrato devem ser apresentadas, destacando suas qualificações nas áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

b.2) os profissionais indicados para fins de comprovação da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE.

c) a estrutura física, técnica e operacional disponível à LICITANTE e que será colocada à disposição do CONTRATANTE;

d) a descrição da sistemática operacional de atendimento a ser adotada durante a execução contratual;

d.1) a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça de campanha e na elaboração de plano de mídia.

e) Relação dos recursos de *marketing* e comunicação, bem como das pesquisas de audiência, auditorias de circulação e controles de mídia que serão colocados à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

11.7. REPERTÓRIO: deverá ser apresentado em caderno específico, com orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem uso de cores, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por representante legal da LICITANTE, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, informações e peças integrantes deste quesito não poderão conter elementos identificadores da autoria do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

11.8. O REPERTÓRIO será composto por peças publicitárias efetivamente concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela LICITANTE.

11.8.1. A LICITANTE deverá apresentar 8 (oito) peças publicitárias, independentemente de sua natureza, tipo ou meio de veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2020.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD ou *pen drive*, compatíveis com o sistema operacional *windows*, podendo integrar o caderno previsto no subitem 11.7 ou serem apresentadas separadamente.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno referido no subitem 11.7 ou serem apresentadas separadamente. Em qualquer caso, deverá ser preservada a legibilidade e indicadas as dimensões originais das peças.

11.8.1.3.1. Quando apresentadas separadamente, as peças poderão possuir qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2. Para cada peça apresentada deverá constar ficha técnica contendo: descrição sucinta do problema de comunicação que se propôs resolver; identificação da LICITANTE e do cliente; título da peça; data de produção; período de veiculação, exposição ou distribuição; e, no caso de veiculação, menção a pelo menos um veículo de divulgação utilizado.

11.8.3. As PEÇAS PUBLICITÁRIAS NÃO PODERÃO referir-se a trabalhos realizados para o CONTRATANTE, em decorrência de contratos anteriormente firmados com agências de propaganda.

11.9. QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: deverão ser apresentados em caderno específico, orientação retrato, em papel A4, com ou sem uso de cores, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por representante legal da LICITANTE, conforme seus atos constitutivos.

11.9.1. Os documentos, informações e peças integrantes deste quesito não poderão conter qualquer elemento que identifique a autoria do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

11.10. A LICITANTE deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com até 4 (quatro) páginas, descrevendo soluções publicitárias implementadas por seus clientes para superar desafios de comunicação. Cada RELATO:

I- deverá ser elaborado em papel da própria LICITANTE;

II- deverá conter o nome, cargo ou função e assinatura do funcionário responsável por sua elaboração;

III- não poderá referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE;

IV- deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, com a devida comprovação de autenticidade.

11.10.1. A validação deverá ser apresentada em documento apartado, não computado para fins do limite de páginas previsto no subitem 11.10, contendo: ateste dos relatos; número do contrato; nome empresarial do cliente; nome, cargo/função e assinatura do signatário.

11.10.2. Os relatos deverão referir-se a ações publicitárias implementadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

11.10.3. Será admitida a inclusão de até 8 (oito) peças publicitárias em cada relato, independentemente do meio, tipo ou característica, observadas as seguintes disposições:

I- Peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD ou *pen drive*, compatíveis com sistema operacional *windows*, podendo integrar o caderno do subitem 11.9 ou serem apresentadas soltas;

II- Peças gráficas poderão integrar o caderno, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente, em qualquer formato, dobradas ou não, desde que legíveis e com indicação de suas dimensões originais;

III- Para cada peça deverá ser apresentada ficha técnica, contendo a descrição sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, respeitado o limite de peças do subitem 11.10.3, deverá estar inserida no limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para o relato correspondente.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A SUBCOMISSÃO TÉCNICA, instituída nos termos do item 20 deste Edital, será responsável pela análise e julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS apresentadas pelas LICITANTES, com fundamento nas condições e critérios definidos neste instrumento convocatório.

12.2. Serão considerados, como critérios de julgamento técnico, os atributos específicos de cada quesito e subquesito da PROPOSTA TÉCNICA, conforme detalhado a seguir:

12.2.1. QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

12.2.1.1. SUBQUESITO 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO

- a) A acurácia demonstrada na análise das características institucionais e das especificidades do CONTRATANTE, bem como do contexto em que se insere;
- b) A pertinência e a relevância dos aspectos apontados no diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária;
- c) A clareza e a assertividade na compreensão do desafio de comunicação proposto e dos objetivos estabelecidos no *Briefing*, com ênfase na capacidade analítica e interpretativa da LICITANTE.

12.2.1.2. SUBQUESITO 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- a) A adequação do partido temático e do conceito criativo à natureza institucional e às atividades desempenhadas pelo CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação estabelecidos;
- b) A solidez e coerência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito adotado;
- c) A potencialidade do conceito proposto em gerar interpretações positivas, fortalecendo a comunicação do CONTRATANTE com seus diversos públicos de interesse;
- d) A consistência técnica dos elementos centrais que compõem a ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA;
- e) A capacidade demonstrada pela LICITANTE de integrar conhecimentos acerca do CONTRATANTE, do desafio proposto e dos objetivos comunicacionais previstos no *Briefing*;
- f) A viabilidade técnica e orçamentária da ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, considerando-se a verba referencial prevista para investimento.

12.2.1.3. SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA

- a) O alinhamento da proposta de campanha com a ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA apresentada;
- b) A pertinência da solução criativa em relação à natureza institucional do CONTRATANTE, ao desafio proposto e aos objetivos de comunicação definidos no *Briefing*;
- c) A adequação das peças publicitárias sugeridas ao perfil dos segmentos de público-alvo contemplados na campanha;
- d) A compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação para os quais foram concebidas;
- e) A originalidade da proposta criativa, bem como a sua capacidade de gerar múltiplas interpretações positivas para a imagem institucional do CONTRATANTE;
- f) A clareza e precisão das mensagens, bem como a adequação da linguagem utilizada ao público-alvo;
- g) A viabilidade técnica e financeira das peças e dos elementos propostos, com base na verba referencial disponibilizada para investimento.

12.2.1.4. SUBQUESITO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

- a) A adequação da ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA às características da ação publicitária, à verba referencial disponível, ao desafio proposto e aos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- b) A consistência técnica evidenciada na formulação e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia propostos;
- c) A demonstração de conhecimento qualificado acerca dos hábitos de consumo de comunicação dos diferentes segmentos do público-alvo da campanha;
- d) A adequação da proposta quanto à utilização dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE, em alinhamento com a ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA apresentada;
- e) O grau de eficiência e economicidade na aplicação da verba referencial para investimento, conforme demonstrado na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2. QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) O porte e a relevância institucional dos clientes atendidos pela LICITANTE, enquanto anunciantes publicitários, bem como a duração do atendimento prestado a cada um;
- b) A experiência comprovada dos profissionais vinculados à LICITANTE no exercício de atividades publicitárias, e a compatibilidade entre a quantidade e a qualificação técnica desses profissionais e as demandas de comunicação publicitária do CONTRATANTE;

- c) A adequação e suficiência da infraestrutura física, técnica, tecnológica e das instalações disponibilizadas pela LICITANTE para a execução do contrato;
- d) A eficiência e funcionalidade do modelo de relacionamento operacional proposto entre o CONTRATANTE e a LICITANTE;
- e) A relevância, atualidade e aplicabilidade das informações de *marketing* e comunicação, bem como das pesquisas de audiência e das auditorias de circulação e controle de mídia que serão regularmente disponibilizadas ao CONTRATANTE, sem ônus adicional.

12.2.3. QUESITO 3 – REPERTÓRIO

- a) A originalidade das soluções criativas apresentadas e sua adequação à natureza institucional do cliente, ao perfil do público-alvo e ao desafio de comunicação enfrentado;
- b) A clareza e precisão das mensagens veiculadas, bem como a compatibilidade da linguagem adotada com as características dos meios utilizados e do públicos-alvo a que se destinam;
- c) A qualidade técnica observada na produção, execução e acabamento das peças publicitárias apresentadas.

12.2.4. QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- a) A evidência de planejamento estratégico por parte da LICITANTE na formulação da solução publicitária proposta;
- b) A demonstração de que a solução implementada contribuiu efetivamente para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) A complexidade do desafio de comunicação enfrentado, conforme descrito no RELATO, e a relevância dos resultados alcançados;
- d) A coerência e clareza na estruturação lógica da exposição do RELATO apresentada pela LICITANTE.

12.3. A pontuação da PROPOSTA TÉCNICA será limitada a 100 (cem) pontos, sendo apurada conforme a metodologia estabelecida neste item.

12.3.1. Para atribuição da pontuação de cada quesito e subquesito, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA realizará exame comparativo entre as propostas técnicas apresentadas, sendo a gradação de notas atribuída de acordo com o maior ou menor grau de adequação das propostas aos critérios técnicos fixados neste item 12 do Edital.

12.3.2. A pontuação máxima atribuível a cada quesito e subquesito será a seguinte:

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1- PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA 1.1- Raciocínio Básico (pontuação máxima: 10) 1.2- Estratégia de Comunicação Publicitária (pontuação máxima: 20) 1.3- Ideia Criativa (pontuação máxima: 20) 1.4- Estratégia de Mídia e Não Mídia (pontuação máxima: 15)	65

2- CAPACIDADE DE ATENDIMENTO 2.1- O porte e a relevância institucional dos clientes atendidos (pontuação máxima: 02) 2.2- A experiência comprovada dos profissionais (pontuação máxima: 03) 2.3- A adequação e suficiência da infraestrutura física, técnica e tecnológica e das instalações disponibilizados (pontuação máxima: 05) 2.4- A eficiência e funcionalidade do modelo de relacionamento operacional proposto (pontuação máxima: 02) 2.5- A relevância, atualidade e aplicabilidade das informações de <i>marketing</i> e comunicação, bem como das pesquisas de audiência e das auditorias de circulação e controle de mídia que serão regularmente disponibilizadas ao CONTRATANTE, sem ônus adicional (pontuação máxima: 03)	15
3- REPERTÓRIO 3.1- A originalidade das soluções criativas apresentadas (pontuação máxima: 04) 3.2- A clareza e precisão das mensagens veiculadas e a compatibilidade da linguagem adotada (pontuação máxima: 03) 3.3- A qualidade técnica observada na produção, execução e acabamento das peças (pontuação máxima: 03)	10
4- RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO 4.1- A evidência de planejamento estratégico (pontuação máxima: 03) 4.2- A demonstração efetividade na solução implementada (pontuação máxima: 02) 4.3- A complexidade do desafio e a relevância dos resultados alcançados (pontuação máxima: 03) 4.4- A coerência e clareza na estruturação lógica da exposição (pontuação máxima: 02)	10
PONTUAÇÃO TOTAL	100

12.3.2.1. Caso a LICITANTE não observe as quantidades exigidas nos subitens 11.8.1 e 11.10, relativas à apresentação do REPERTÓRIO e dos RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, a pontuação máxima atribuível nesses quesitos será ajustada de forma proporcional às quantidades efetivamente apresentadas, utilizando-se, para tanto, a aplicação de regra de três simples, com base nas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação final de cada quesito será obtida por meio da média aritmética simples das notas atribuídas pelos membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA, considerando-se apenas uma casa decimal.

12.3.4. A SUBCOMISSÃO TÉCNICA promoverá a reavaliação da pontuação atribuída a determinado quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor nota for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima possível para o item avaliado, com a finalidade de assegurar o equilíbrio na avaliação, nos termos dos critérios objetivos definidos neste Edital.

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação, os membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA responsáveis pelas notas divergentes deverão registrar em ata as justificativas técnicas que embasaram a manutenção da pontuação atribuída. A referida ata será assinada por todos os integrantes da SUBCOMISSÃO TÉCNICA e passará a integrar os autos do processo licitatório.

12.3.5. A pontuação final da PROPOSTA TÉCNICA de cada LICITANTE corresponderá à soma das pontuações obtidas nos quatro quesitos: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

12.4. Serão consideradas MAIS BEM CLASSIFICADAS, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as LICITANTES que obtiverem as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

- a) PARA O LOTE 1: as 5 (cinco) maiores pontuações;
- b) PARA O LOTE 2: a 1ª (primeira) maior pontuação; e,
- c) PARA O LOTE 3: a 1ª (primeira) maior pontuação;

12.5. Será desclassificada a PROPOSTA TÉCNICA que incorrer em qualquer das seguintes hipóteses:

- a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento identificador da autoria do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2;
- b) Obter pontuação total inferior a 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) Obter pontuação 0 (zero) em qualquer quesito ou subquesito.

12.5.1. Poderá ser desclassificada a PROPOSTA TÉCNICA que deixar de atender a outras exigências previstas neste Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste instrumento convocatório.

12.6. Em conformidade com o disposto na Lei Federal nº 14.133/2021, em caso de empate que inviabilize a identificação automática das LICITANTES que obtiver as melhores classificações para o cada lote, a ordem de classificação será definida com base nos maiores critérios de pontuação, considerados sucessivamente, nos seguintes elementos de avaliação técnica: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, conforme estabelecido no edital.

12.7. Persistindo o empate após a aplicação dos critérios estabelecidos no subitem anterior, a classificação será definida por sorteio público, a ser realizado na sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público designado pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital, com convocação de todas as LICITANTES envolvidas.

13. **ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

INVÓLUCRO Nº 4

13.1. A PROPOSTA DE PREÇOS das LICITANTES deverá ser apresentada acondicionada no INVÓLUCRO Nº 4, observado o disposto neste Edital.

13.1.1. O INVÓLUCRO Nº 4 deverá ser devidamente fechado e rubricado em seu fecho, contendo, externamente, a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4
PROPOSTA DE PREÇOS
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 90002/2026– SEAD

13.1.2. O INVÓLUCRO Nº 4 deverá ser providenciado pela LICITANTE, podendo consistir em embalagem compatível com as características de seu conteúdo, desde que assegurada sua inviolabilidade até o momento de sua abertura, especialmente no que se refere à proteção das informações nele contidas.

14. **APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

14.1. A PROPOSTA DE PREÇOS deverá ser elaborada em conformidade com o Modelo constante do ANEXO II, apresentada em caderno único, em papel que identifique a LICITANTE, com páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras. A proposta deverá ser datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por representante legal ou procurador devidamente constituído, conforme previsão nos atos constitutivos da LICITANTE.

14.2. A PROPOSTA DE PREÇOS deverá contemplar, exclusivamente, os itens e serviços descritos no subitem 1.1 do referido anexo, observando os percentuais limites fixados no Termo de Referência e no Estudo Técnico Preliminar, sob pena de desclassificação.

14.2.1. Em consonância com a legislação vigente e com a pesquisa de preços realizada, a PROPOSTA DE PREÇOS deverá indicar:

- a) O percentual de honorários, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento;
- b) O percentual de honorários, incidente sobre os serviços referentes à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária;
- c) O percentual de honorários, incidente sobre a produção e execução técnica de peça e material (Não Mídia) cuja distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência;
- d) O percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE sobre os custos internos dos serviços executados diretamente pela agência, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte – SINAPRO/RN.

14.2.2. Limites Máximos de Honorários: Em conformidade com o Estudo Técnico Preliminar e o Termo de Referência, NÃO SERÃO ACEITAS propostas com percentuais de honorários superiores a:

- I. 2,3% (dois inteiros e três décimos por cento) para os serviços descritos na alínea "a" (Pesquisas e Avaliação);
- II. 2,6% (dois inteiros e seis décimos por cento) para os serviços descritos na alínea "b" (Formas Inovadoras);
- III. 2,3% (dois inteiros e três décimos por cento) para os serviços descritos na alínea "c" (Produção e Execução Técnica/Não Mídia).

14.2.3. Limites de Descontos: Para assegurar a economicidade prevista no planejamento da contratação, bem como a sua exequibilidade, NÃO SERÃO ACEITAS propostas com percentuais de desconto INFERIOR a 30% (trinta por cento), nem superior a 47% (quarenta e sete por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/RN descrita na alínea "d".

14.2.4. Demais Remunerações (Fixas):

- I. O percentual de honorários sobre serviços de produção e execução técnica de terceiros (exceto os listados em 14.2.2) fica fixado em 15% (quinze por cento).
- II. O Desconto-Padrão de Agência concedido pelos veículos de comunicação (20%) não será objeto de valoração na proposta, devendo ser integralmente respeitado conforme a Lei nº 4.680/1965 e as normas do CENP.

14.3. O prazo de validade da PROPOSTA DE PREÇOS será de 60 (sessenta) dias corridos, contados a partir da data de sua apresentação, podendo a LICITANTE indicar prazo superior, desde que não inferior ao estipulado neste item.

14.3.1. Caso a PROPOSTA DE PREÇOS apresente prazo de validade inferior a 60 (sessenta) dias, ou esteja com validade expirada na data de abertura dos INVÓLUCROS, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO poderá realizar diligência para prorrogação do prazo, nos termos do Art. 59, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

14.3.1.1. Caso a LICITANTE não aceite a prorrogação de prazo durante a sessão ou antes do encerramento do certame, será automaticamente desclassificada.

15. **JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

15.1. As PROPOSTAS DE PREÇOS apresentadas pelas LICITANTES classificadas na fase de julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS serão analisadas quanto à conformidade com as exigências estabelecidas neste Edital.

15.2. Será desclassificada a PROPOSTA DE PREÇOS que:

- a) se basear em outra proposta apresentada no certame;
- b) conter qualquer tipo de condicionante quanto à entrega dos bens e à prestação dos serviços contratados.

15.2.1. Ainda que a proposta não contenha condicionantes, será igualmente desclassificada caso os percentuais de desconto e/ou honorários estejam em desacordo com os limites mínimos e máximos estabelecidos no subitem 14.2.1 deste Edital.

15.3. Será considerada como Proposta de Menor Preço a que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas "b", "c" e "d" do subitem 14.2.1 deste Edital.

15.4. Caso a mesma proposta não atenda cumulativamente às condições estabelecidas no subitem anterior, será considerada como Proposta de Menor Preço aquela que apresentar a menor soma possível dos percentuais indicados nas alíneas referidas.

15.5. Em caso de empate entre duas ou mais propostas, será considerada como Proposta de Menor Preço aquela que, sucessivamente, apresentar:

- a) o menor percentual de honorários indicado na alínea "b" do subitem 14.2.1;
- b) o menor percentual de desconto indicado na alínea "d" do subitem 14.2.1;
- c) o menor percentual de honorários indicado na alínea "c" do subitem 14.2.1;
- d) o maior percentual de honorários indicado na alínea "a" do subitem 14.2.1.

15.6. Havendo divergência entre o valor percentual expresso em algarismos e aquele grafado por extenso, prevalecerá o valor por extenso, nos termos da praxe administrativa e da legislação aplicável.

16. **JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

16.1. O julgamento final das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS observará o rito procedimental estabelecido na Lei Federal nº 14.133/2021, para o critério de julgamento do tipo "MELHOR TÉCNICA".

16.2. Caso qualquer das LICITANTES melhor classificadas na PROPOSTA TÉCNICA não tenha apresentado a Proposta de Menor Preço nem manifeste concordância em praticá-la, será realizada a negociação prevista no Art. 61, § 1º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

17. **ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues pelas LICITANTES classificadas no julgamento final das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, na data, hora e local indicados na convocação específica para a sessão destinada a esse fim, a ser realizada pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

17.1.1. A LICITANTE convocada que não apresentar os Documentos de Habilitação na sessão designada será automaticamente excluída do certame, salvo na hipótese prevista no subitem 19.1.2 deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 5

17.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados no INVÓLUCRO Nº 5, o qual deverá estar fechado e rubricado em seu fecho, contendo, externamente, a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90002/2026 – SEAD

17.1.3. O INVÓLUCRO Nº 5 deverá ser providenciado pela LICITANTE, podendo ser confeccionado em embalagem compatível com as características de seu conteúdo, desde que seja assegurada sua inviolabilidade até o momento da abertura, especialmente no que se refere à proteção e integridade das informações nele contidas.

18. **APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

18.1. Os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverão ser apresentados com todas as páginas rubricadas por representante legal da LICITANTE, sob as seguintes formas:

I- em via original; ou

II- por meio de certificado expedido por sistema oficial de registro cadastral unificado.

18.1.1. Os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverão estar organizados em caderno específico, com páginas numeradas sequencialmente, na mesma ordem em que estão elencadas neste Edital.

18.1.2. Serão aceitas apenas cópias legíveis, que possibilitem análise clara e objetiva por parte da COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

18.2. Para fins de habilitação, a LICITANTE deverá apresentar a documentação exigida nos subitens a seguir:

18.2.1. **HABILITAÇÃO JURÍDICA**

a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, no caso de sociedades empresárias e, para sociedades por ações, acompanhado dos documentos comprobatórios da eleição de seus administradores;

a.1) Os documentos referidos na alínea "a" deverão estar acompanhados de todas as suas alterações contratuais ou de versão consolidada atualizada, devendo constar expressamente, entre os objetivos sociais, a execução de

atividades da mesma natureza ou compatíveis com o objeto desta licitação;

b) Inscrição do ato constitutivo no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de documento comprobatório da diretoria em exercício;

c) Registro comercial, quando se tratar de empresa individual.

18.2.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal e/ou Estadual, relativo ao domicílio ou sede da LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) Comprovação de regularidade fiscal:

c.1) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, mediante a apresentação de Certidão Conjunta Negativa de Débitos (ou positiva com efeitos de negativa), relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal;

c.2) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de tributos estaduais, expedida no local do domicílio ou da sede da LICITANTE;

c.13) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de tributos mobiliários, expedida no local do domicílio ou da sede da LICITANTE;

d) Certidões Negativas de Débitos ou declarações de não contribuinte expedidas pelos órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município de localização da sede da LICITANTE;

e) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), por meio da apresentação da CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;

f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de CNDT – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (ou positiva com efeitos de negativa), de acordo com a Lei Federal nº 12.440/2011.

18.2.2.1. Será considerada em situação regular a LICITANTE que possua débitos cuja exigibilidade esteja legalmente suspensa.

18.2.2.2. Serão aceitas Certidões Positivas com Efeitos de Negativa.

18.2.2.3. As certidões que não apresentarem prazo de validade expresso serão consideradas válidas por 90 (noventa) dias, contados da data de sua emissão, salvo disposição diversa constante em legislação específica.

18.2.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Declaração(ões) emitida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a LICITANTE prestou serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, abrangendo, no mínimo, as atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

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

b.1) O certificado emitido em nome da matriz da agência será considerado válido para a respectiva filial;

b.2) O documento extraído do sítio eletrônico do CENP ou da entidade equivalente será objeto de verificação quanto à sua validade pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

18.2.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão Negativa de Falência e de Recuperação Judicial ou Extrajudicial, emitida pelo distribuidor da sede fiscal da LICITANTE, dentro do prazo de validade legalmente reconhecido;

a.1) Na ausência de menção expressa ao prazo de validade, será aceita a certidão emitida há, no máximo, 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a.2) Em localidades com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas certidões de todos os distribuidores competentes.

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes aos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção prevista no § 6º do Art. 69 da Lei Federal nº 14.133/2021, já exigíveis e devidamente apresentados na forma da legislação vigente, que comprovem a boa situação financeira da LICITANTE, sendo vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. Caso encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, poderão ser atualizados por índices oficiais;

b.1) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo representante legal da LICITANTE e pelo profissional responsável pela sua elaboração – contador ou equivalente – regularmente inscrito no respectivo Conselho de Classe;

b.2) Caso se faça necessária a atualização do balanço e demonstrações contábeis, bem como do patrimônio líquido, deverá ser apresentado memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal e pelo contador ou profissional equivalente devidamente habilitado;

b.3) O balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo societário da LICITANTE, e apresentado segundo os incisos I a III, ou autenticado via Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, conforme inciso IV:

I- Sociedades empresárias em geral: registro ou autenticação no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da LICITANTE, acompanhado de cópias do termo de abertura e encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, nos termos do § 2º do Art. 5º do Decreto-Lei Federal nº 486/1969;

II- Sociedades anônimas regidas pela Lei Federal nº 6.404/1976: registro ou autenticação no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da LICITANTE e publicação em Diário Oficial e em jornal de grande circulação, ou cópia registrada/autenticada no órgão competente;

III- Sociedades simples: registro no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade adote forma típica de sociedade empresária, deverá observar as exigências legais pertinentes às sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial;

IV- Empresas que utilizem o SPED: deverão apresentar a impressão dos seguintes arquivos extraídos do sistema: Termo de autenticação com identificação do autenticador; balanço patrimonial e demonstrações contábeis; termo de abertura e encerramento; requerimento de autenticação do livro digital; recibo de entrega da escrituração contábil digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 1 (um) ano de existência deverão apresentar balanço com a assinatura do sócio-gerente e do contador ou profissional equivalente habilitado, autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da LICITANTE, conforme o caso:

a) Balanço de abertura, para sociedades sem movimentação contábil;

b) Balanço intermediário, para sociedades com movimentação contábil.

18.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da LICITANTE será efetuada mediante 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):

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

$$SG = \frac{(\text{Ativo Total})}{(\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})}$$

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

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 (≥ 1):

$$S = \frac{(\text{Ativo Total})}{(\text{Passivo Exigível Total})}$$

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 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea "a", ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea "b", todos do subitem 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 1% (um por cento) do valor estimado da contratação.

18.2.5. Declarações:

a) declaração de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do Art. 7º da Constituição Federal:

À Comissão de Licitação

Referência: **Concorrência nº 90002/2026**

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal,

DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do Art. 68 da Lei Federal 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 Jovem Aprendiz.*

<local e data>

<representante legal da LICITANTE>

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

À Comissão de Licitação

Referência: **Concorrência nº 90002/2026**

<nome da LICITANTE>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal,

DECLARA, 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>, 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 e/ou CONTRATANTE, 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>

18.3. Todos os documentos exigidos para habilitação deverão estar emitidos em nome da LICITANTE.

18.3.1. Caso a LICITANTE seja a matriz, os documentos deverão conter o número do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da matriz. Se for a filial, os documentos deverão estar emitidos com o número do CNPJ correspondente à filial, ressalvando-se aqueles documentos que, por sua natureza, sejam comprovadamente emitidos exclusivamente em nome da matriz.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral, previsto no Art. 87 da Lei Federal nº 14.133/2021, emitido por órgão ou entidade da Administração Pública Estadual, dentro do prazo de validade e compatível com o objeto da presente licitação, substitui os documentos exigidos no subitem 18.2.1 (HABILITAÇÃO JURÍDICA) e nas alíneas "a" e "b" do subitem 18.2.2 (REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA). Nessa hipótese, a LICITANTE compromete-se a declarar formalmente ao ANUNCIANTE a existência de eventuais fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, sempre que ocorrerem.

18.5. A LICITANTE que estiver regularmente cadastrada e com documentação válida no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, disponibilizado no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), deverá apresentar, apenas:

a) Declaração(ões) emitida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, atestando que a LICITANTE prestou serviços compatíveis com o objeto da presente concorrência, conforme mínimo exigido no subitem 2.1 deste Edital;

b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas "b", "b.1" e "b.2" do subitem 18.2.3;

c) Comprovação de que possui patrimônio líquido equivalente a, no mínimo, 1% (um por cento) do valor estimado da contratação, caso qualquer um dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral ou Liquidez Corrente - obtidos por meio de consulta online conforme subitem 19.1.1 - apresente resultado igual ou inferior a 1 (um);

d) Declarações firmadas nos moldes previstos nas alíneas "a" e "b" do subitem 18.2.5.

18.5.1. Caso as informações relativas ao patrimônio líquido e aos índices financeiros referidos na alínea "c" do subitem 18.5 não estejam disponíveis no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, a LICITANTE deverá apresentá-las no INVÓLUCRO Nº 5, por meio da documentação prevista na alínea "b" do subitem 18.2.4 ou, quando for o caso, na alínea "b" do subitem 18.2.4.1.

18.5.2. A LICITANTE cadastrada será facultada a apresentação, no interior do INVÓLUCRO Nº 5, de documentos atualizados que tenham por finalidade substituir aqueles eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa extraída do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

19. **ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

A COMISSÃO DE LICITAÇÃO procederá à análise dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO das LICITANTES classificadas no julgamento final das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, desde que observadas integralmente as condições de participação previstas no item 4 deste Edital. Serão consideradas habilitadas as LICITANTES que atenderem, de forma integral, aos requisitos estabelecidos no item 18.

19.0.1. Para as LICITANTES que optarem pela habilitação nos termos do subitem 18.5, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO realizará consultas on-line ao Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF), cujo resultado será impresso sob a forma de Declaração, a ser formalmente incorporada ao processo, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

19.0.1.1. A Declaração referida no subitem anterior, correspondente à situação cadastral de cada LICITANTE, será assinada pelos membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO e pelos representantes das LICITANTES presentes ou, na ausência destes, por comissão regularmente designada, sendo posteriormente anexada aos demais documentos apresentados pela respectiva LICITANTE.

19.0.2. Na hipótese de nenhuma LICITANTE ser considerada habilitada, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO reabrirá a fase de Habilitação, com a nova convocação de todas as LICITANTES classificadas, que deverão reapresentar os

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO no prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir da publicação da convocação. Essa medida será adotada em estrita observância aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas todas as condições originalmente estabelecidas neste Edital.

20. COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. A presente concorrência será processada e julgada pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, ressalvadas as competências específicas atribuídas à SUBCOMISSÃO TÉCNICA, responsável pela análise e julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS.

20.2. As PROPOSTAS TÉCNICAS serão analisadas e julgadas por uma SUBCOMISSÃO TÉCNICA composta por 3 (três) membros com formação em Comunicação, Publicidade ou *Marketing*, ou que tenham atuado profissionalmente em ao menos uma dessas áreas nos últimos 4 (quatro) anos, sendo exigido, no mínimo, 1 (um) ano de atuação ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto da presente licitação.

20.2.1. Na composição da SUBCOMISSÃO TÉCNICA, deverá ser assegurado que, no mínimo, 1/3 (um terço) de seus membros não possuam vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e/ou CONTRATANTE, sendo tais integrantes indicados pela Assessoria de Comunicação Social do Estado do Rio Grande do Norte.

20.3. A escolha dos membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA será realizada por meio de sorteio em sessão pública, a partir de uma relação de 9 (nove) nomes, sendo 6 (seis) integrantes com vínculo e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE e/ou CONTRATANTE.

20.3.1. Após o sorteio dos 3 (três) membros titulares da SUBCOMISSÃO TÉCNICA, os nomes remanescentes serão igualmente sorteados para a definição da ordem de suplência, os quais poderão ser convocados em caso de impedimento ou ausência de qualquer dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da relação referida no subitem 20.3, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO deverá exigir documentação comprobatória do cumprimento dos requisitos de qualificação técnica descritos no subitem 20.2, por parte dos candidatos à SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

20.3.2. A relação nominal dos profissionais aptos a compor a SUBCOMISSÃO TÉCNICA será publicada no Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Norte, com antecedência mínima de 10 (dez) dias da data prevista para a realização da sessão pública de sorteio.

20.3.3. O sorteio será conduzido pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO, de forma a assegurar o cumprimento da proporcionalidade entre membros vinculados e não vinculados ao ANUNCIANTE e/ou CONTRATANTE, conforme os critérios estabelecidos nos subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.4. Qualquer interessado poderá apresentar impugnação fundamentada contra o nome de integrante da relação referida no subitem 20.3, mediante protocolo dirigido à COMISSÃO DE LICITAÇÃO, até 48 (quarenta e oito) horas antes do início da sessão pública destinada ao sorteio.

20.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado poderá voluntariamente declarar-se impedido ou suspeito de integrar a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, antes da decisão da autoridade competente.

20.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação pela autoridade competente, por meio de decisão fundamentada, poderá ensejar, se necessário, a elaboração e publicação de nova relação, já excluído o nome impugnado, observadas todas as disposições deste item.

20.3.6.1. Será obrigatória a publicação de nova relação quando, em decorrência da exclusão de nomes impugnados, não for mais atendido o número mínimo de integrantes estabelecido nos subitens 20.3 e 20.3.1.

20.3.6.2. Após a publicação da nova relação, só será admitida impugnação contra os nomes nela incluídos para complementação da lista anteriormente divulgada.

20.3.7. A sessão pública destinada ao sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantido o respeito ao prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e assegurada a ampla fiscalização por qualquer interessado.

20.4. A COMISSÃO DE LICITAÇÃO e a SUBCOMISSÃO TÉCNICA adotarão critérios de interpretação e aplicação das normas editalícias que promovam a efetividade das finalidades da licitação. Poderão relevar formalidades estritamente documentais nos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO e nas PROPOSTAS apresentadas, desde que tal flexibilização não comprometa a lisura do certame, nem afete sua competitividade, e desde que contribua para assegurar a contratação mais vantajosa para a Administração, nos termos do caput do Art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021.

20.4.1. Os membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO e da SUBCOMISSÃO TÉCNICA firmarão Termo de Responsabilidade, que será juntado aos autos do processo licitatório, conforme modelos previstos neste Edital.

20.4.1.1. Modelo para o Termo de Responsabilidade a ser assinada individualmente por cada membro da COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

**TERMO DE RESPONSABILIDADE
COMISSÃO DE LICITAÇÃO**

Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão de Licitação 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,

1. 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 Licitação;

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 Licitação 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 Licitação;

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

20.4.1.2. Modelo para o Termo de Responsabilidade a ser assinada individualmente por cada membro da SUBCOMISSÃO TÉCNICA da Licitação

**TERMO DE RESPONSABILIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

Eu,, 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,

1. 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 Licitação.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão de Licitação, 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 da Assessoria de Comunicação Social (Assecom) contratante ou de origem, nem da Comissão de Licitação, 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 na Assessoria de Comunicação Social (Assecom) contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Licitação.

20.4.1.3. Os membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO e da SUBCOMISSÃO TÉCNICA serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do Capítulo I do Título IV da Lei Federal nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da COMISSÃO DE LICITAÇÃO, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Norte 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.

21.1.1. Os membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO e da SUBCOMISSÃO TÉCNICA serão responsabilizados, nos termos da legislação aplicável, por quaisquer atos ou omissões que, dolosa ou culposamente, venham a prejudicar o regular desenvolvimento do processo licitatório, conforme previsto no Capítulo I do Título IV da Lei Federal nº 14.133/2021, no que couber.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes ao presente certame deverão ser interpostos no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da intimação do ato ou da lavratura da ata, mediante petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, devidamente encaminhada para o endereço eletrônico institucional licitacoes@sead.rn.gov.br.

22.2. Interposto o recurso, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO comunicará o fato às demais LICITANTES, que poderão apresentar impugnação no prazo de 3 (três) dias úteis, contados do recebimento da comunicação.

22.3. Recebidas as impugnações ou esgotado o prazo respectivo, a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO poderá, no prazo de 3 (três) dias úteis, reconsiderar sua decisão ou, no mesmo prazo, encaminhar o recurso, devidamente instruído, e respectivas impugnações à autoridade competente do ANUNCIANTE, que deverá proferir decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados do seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal, subscrito por representante sem poderes legais ou que não esteja formalmente identificado nos autos como representante da LICITANTE.

22.5. Será assegurado aos interessados o direito de acesso aos autos do processo licitatório, para fins de interposição de recurso, a partir do início do respectivo prazo até o seu término, em local e horário previamente informados pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

22.6. Os recursos interpostos contra as decisões de habilitação ou inabilitação de LICITANTE e de julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS terão efeito suspensivo. A COMISSÃO DE LICITAÇÃO poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões, sempre que tal medida for considerada de interesse para o ANUNCIANTE e/ou CONTRATANTE.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos estabelecidos neste Edital e na legislação vigente, das quais serão lavradas atas circunstanciadas, contendo o registro de todos os atos e fatos relevantes, assinadas pelos membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO e pelos representantes das LICITANTES presentes.

23.1.1. A participação do representante de qualquer LICITANTE nas sessões públicas dar-se-á mediante a entrega prévia de documento hábil de credenciamento, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2. Os representantes das LICITANTES presentes poderão, de comum acordo, nomear uma comissão composta entre eles para, em nome de todas, tomar conhecimento e rubricar as PROPOSTAS e os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO durante as sessões públicas.

23.1.3. É vedada a participação dos integrantes da SUBCOMISSÃO TÉCNICA na sessão de recebimento dos INVÓLUCROS contendo as PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS.

23.1.4. O julgamento final das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, bem como a análise dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO das LICITANTES classificadas, será realizado exclusivamente com base nos critérios definidos neste Edital.

23.1.5. Antes da divulgação oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações relativas à análise, avaliação ou comparação entre as PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, tampouco sobre a adjudicação do objeto da licitação às LICITANTES vencedoras, sendo exigida, para tanto, a assinatura do TERMO DE RESPONSABILIDADE pelos membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO e da SUBCOMISSÃO TÉCNICA, conforme os modelos previstos no subitem 20.4.1.

23.1.6. Qualquer tentativa de influência, por parte de LICITANTE, junto à COMISSÃO DE LICITAÇÃO ou à SUBCOMISSÃO TÉCNICA, durante o processo de julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, acarretará sua imediata desclassificação.

23.1.7. Durante a apreciação das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS e dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO pelas LICITANTES, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, tampouco sua reprodução por qualquer meio, inclusive fotográfico.

23.1.8. A COMISSÃO DE LICITAÇÃO poderá, a seu critério, alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou suspendê-las, em razão do andamento dos trabalhos, desde que observadas as disposições legais aplicáveis.

PRIMEIRA SESSÃO

23.2. A primeira sessão pública será realizada na data, horário e local indicados no subitem 9.2 deste Edital, com a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das LICITANTES, mediante apresentação do documento exigido no subitem 8.1;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, conforme disposto no item 4, registrando em ata quaisquer ocorrências de descumprimento;
- c) receber os INVÓLUCROS Nº 1, Nº 2, Nº 3 e Nº 4 das LICITANTES que atenderem às condições de participação;
- d) conferir se os INVÓLUCROS entregues estão de acordo com as exigências estabelecidas neste Edital.

23.2.1. O INVÓLUCRO Nº 1, contendo o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, somente será recebido pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO se:

- a) estiver desprovido de qualquer forma de identificação;
- b) não conter informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que permita a identificação da LICITANTE, antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2;
- c) não apresentar danos ou deformações decorrentes das peças, materiais ou documentos nele acondicionados, que viabilizem a identificação da LICITANTE antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

23.2.1.1. Verificada qualquer das situações previstas nas alíneas "a", "b" ou "c" do subitem 23.2.1, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO deixará de receber o INVÓLUCRO Nº 1, o que implicará, automaticamente, a recusa dos demais INVÓLUCROS apresentados pela mesma LICITANTE.

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

- a) rubricar, no fecho e sem abertura, os INVÓLUCROS Nº 2 e Nº 4, os quais permanecerão lacrados sob a guarda e responsabilidade da COMISSÃO DE LICITAÇÃO, sendo, em seguida, separados 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 seus conteúdos;
- d) disponibilizar os documentos constantes dos INVÓLUCROS Nº 1 e Nº 3 para exame e rubrica pelos representantes das LICITANTES presentes;
- e) informar que as LICITANTES serão oportunamente convocadas para a próxima sessão, nos termos do item 21 deste Edital.

23.2.2.1. Antes da adoção do procedimento descrito na alínea "b" do subitem 23.2.2, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO tomará providências destinadas a impedir que seus membros ou os representantes das LICITANTES possam, mesmo que de forma acidental, identificar a autoria de qualquer PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA.

23.2.2.1.1. Para garantir o sigilo da autoria, os INVÓLUCROS Nº 1 contendo os PLANOS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA deverão ser misturados previamente à abertura, de modo a impedir a vinculação entre a ordem de entrega e os respectivos autores.

23.2.2.2. Caso, durante o exame ou a rubrica dos conteúdos dos INVÓLUCROS Nº 1 e Nº 3, seja constatada, pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO ou por quaisquer representantes das LICITANTES, a existência de elemento que possibilite, de forma inequívoca, a identificação da autoria do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, a respectiva LICITANTE será desclassificada, sendo seus INVÓLUCROS mantidos sob custódia da Comissão até a expiração do prazo recursal relativo a essa fase.

23.2.3. É vedado à COMISSÃO DE LICITAÇÃO lançar qualquer tipo de código, sinal ou marca nos INVÓLUCROS Nº 1, bem como nos documentos que compõem o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, excetuadas as rubricas mencionadas na alínea "b" do subitem 23.2.2.

23.2.4. Após a abertura dos INVÓLUCROS Nº 1 e Nº 3, não será admitida a desistência das propostas pelas LICITANTES, salvo por motivo relevante, decorrente de fato superveniente e devidamente aceito pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

23.2.5. Caso as LICITANTES expressem concordância com as decisões tomadas pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO na primeira sessão, os procedimentos licitatórios terão prosseguimento conforme estabelecido no subitem 23.2.6 e seguintes. Em caso de discordância, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO divulgará o resultado na forma prevista no item 21 deste Edital, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1. Havendo manifestação expressa de qualquer LICITANTE no sentido de interpor recurso contra as decisões da COMISSÃO DE LICITAÇÃO adotadas na primeira sessão, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO divulgará o resultado na forma prevista no item 21 deste Edital, abrindo-se o prazo recursal nos termos do item 22.

23.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência expressa, ou ainda após o julgamento definitivo dos recursos interpostos, serão adotados, rigorosamente nesta ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO à SUBCOMISSÃO TÉCNICA, dos INVÓLUCROS Nº 1 (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA), acompanhados, se houver, dos questionamentos das LICITANTES e respectivas respostas, preservando-se o anonimato das autorias;

b) análise individualizada e julgamento, pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA, dos conteúdos dos INVÓLUCROS Nº 1 (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA) das LICITANTES, com base nos critérios estabelecidos neste Edital;

c) elaboração, pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA, da ata de julgamento dos INVÓLUCROS Nº 1 (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA) e de planilha contendo as pontuações atribuídas e respectivas justificativas, com posterior encaminhamento desses documentos à COMISSÃO DE LICITAÇÃO, juntamente com a devolução dos INVÓLUCROS Nº 1;

d) somente após o recebimento, pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO, dos documentos e INVÓLUCROS Nº 1 referidos na alínea anterior, será efetuado o encaminhamento, à SUBCOMISSÃO TÉCNICA, dos INVÓLUCROS Nº 3 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO);

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, conforme os critérios definidos neste Edital;

f) elaboração, pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA, da ata de julgamento dos INVÓLUCROS Nº 3 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO), bem como de planilha contendo as pontuações atribuídas e respectivas fundamentações, com posterior encaminhamento desses documentos à COMISSÃO DE LICITAÇÃO, juntamente com a devolução dos INVÓLUCROS Nº 3.

23.2.6.1. Caso alguma PROPOSTA TÉCNICA seja desclassificada com fundamento nas alíneas "b" ou "c" do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será registrada em planilhas, as quais deverão ser acondicionadas em INVÓLUCRO fechado e rubricado no fecho por todos os membros da referida SUBCOMISSÃO, permanecendo lacrado até a expiração do prazo recursal relativo a essa fase.

23.2.6.2. O disposto no subitem anterior não se aplica à hipótese prevista na alínea "a" do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras destinadas à preservação do anonimato da autoria do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA resulte em sua identificação antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

23.2.7. As planilhas mencionadas nas alíneas "c" e "f" do subitem 23.2.6 conterão, respectivamente, a pontuação atribuída por cada membro da SUBCOMISSÃO TÉCNICA a cada subquesito do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, bem como as pontuações, também individualizadas por membro, relativas aos quesitos CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO de cada LICITANTE.

SEGUNDA SESSÃO

23.3. Após o recebimento das atas de julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS constantes dos INVÓLUCROS Nº 1 e Nº 3, bem como das respectivas planilhas de pontuação e demais documentos elaborados pela SUBCOMISSÃO

TÉCNICA, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO convocará as LICITANTES, nos termos do item 21, para participarem da segunda sessão pública, que observará a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) proceder à abertura dos INVÓLUCROS Nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos INVÓLUCROS Nº 2 (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA) com os conteúdos dos INVÓLUCROS Nº 1 (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA), para fins de identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral consolidada com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada PROPOSTA TÉCNICA;
- e) proclamar o resultado do julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS;
- f) realizar 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 desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recursos, conforme previsto no item 22 deste Edital.

23.3.1. Além das atribuições estabelecidas neste Edital, caberá à SUBCOMISSÃO TÉCNICA manifestar-se sobre eventuais recursos interpostos pelas LICITANTES contra o julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS, sempre que assim solicitado pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

TERCEIRA SESSÃO

23.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO convocará as LICITANTES classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participarem da terceira sessão pública, cuja pauta básica será a seguinte:

- a) identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os INVÓLUCROS Nº 4, contendo as PROPOSTAS DE PREÇOS, cujos documentos serão rubricados pelos membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO e pelos representantes das LICITANTES presentes, ou por comissão por eles indicada;
- c) disponibilizar os documentos integrantes dos INVÓLUCROS Nº 4 aos representantes das LICITANTES, para exame;
- d) verificar o cumprimento, por parte das LICITANTES, das exigências previstas neste Edital para a elaboração das PROPOSTAS DE PREÇOS, e julgá-las de acordo com os critérios nele estabelecidos;
- e) identificar a proposta de menor preço, conforme os subitens 15.2 e 15.3, e comunicar o resultado aos representantes das LICITANTES presentes;
- f) verificar se alguma das sete LICITANTES mais bem classificadas - sendo 5 (cinco) referentes ao LOTE 1, 1 (um) para o LOTE 2 e 1 (um) para o LOTE 3 - no julgamento da PROPOSTA TÉCNICA apresentou a proposta de menor preço e, caso contrário, promover, com essas, a negociação prevista no Art. 61, § 1º, da Lei Federal nº 14.133/2021, nos termos da proposta de menor preço;
- g) caso não haja êxito na negociação mencionada na alínea anterior, adotar procedimento idêntico, sucessivamente, com as demais LICITANTES, obedecida a ordem de classificação das PROPOSTAS TÉCNICAS, até a formalização de acordo para as contratações previstas neste certame;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, as LICITANTES que:
 - h.1) tenham sido as mais bem classificadas no julgamento da PROPOSTA TÉCNICA; e
 - h.2) tenham individualmente apresentado a proposta de menor preço, conforme o item 15, ou concordado em praticá-la, nos termos da negociação prevista no Art. 61, § 1º, da Lei Federal 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 LICITAÇÃO convocará as LICITANTES classificadas no julgamento final das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas LICITANTES, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os INVÓLUCROS Nº 5 das LICITANTES em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da COMISSÃO DE LICITAÇÃO 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 das LICITANTES habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "c" do inciso I do Art. 165 da Lei Federal nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome das LICITANTES vencedoras desta concorrência - sendo 5 (cinco) referentes ao LOTE 1, 1 (um) para o LOTE 2 e 1 (um) para o LOTE 3 -, 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 apresentados, será homologado o resultado desta concorrência e aprovada a adjudicação do objeto às LICITANTES vencedoras, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.
- 24.2. Serão vencedoras desta concorrência as LICITANTES que:
 - a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS;
 - b) Tenham concordado com a negociação prevista no Art. 61, § 1º da Lei Federal nº 14.133/2021 e;
 - c) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

- 25.1. AS LICITANTES vencedoras terão o prazo de 5 (cinco) dias, contados a partir da convocação, para assinar os respectivos instrumentos contratuais, nos moldes da minuta de contrato correspondentes ao lote vencido (ANEXOS VIII, IX ou X).
 - 25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas LICITANTES vencedoras.
 - 25.1.1.1. Se alguma das LICITANTES vencedoras não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação das PROPOSTAS TÉCNICAS, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a LICITANTE que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 25.2. Antes da celebração dos contratos, o CONTRATANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do Art. 6º da Lei Federal 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 terão 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 (ANEXOS VIII, IX ou X).
- 25.4. O CONTRATANTE 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 (ANEXOS VIII, IX ou X).
- 25.5. AS CONTRATADAS manterão, pelo período de no mínimo, 5 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

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

25.7. AS CONTRATADAS centralizarão o comando da publicidade do CONTRATANTE em Natal/RN, 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 (ANEXOS VIII, IX ou X).

25.8. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas LICITANTES vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a proposta de menor preço.

25.9. Além das declarações exigidas no corpo desse Edital e seus anexos, no momento da assinatura do contrato, as seguintes Declarações:

25.9.1. COTAS DE JOVENS APRENDIZES

25.9.1.1. Comprovação do preenchimento da cota de aprendizes prevista no art. 429 do Decreto-Lei 5.452, de 1943 (Consolidação das Leis do Trabalho – CLT), equivalente ao percentual de 5% (cinco por cento) a 15% (quinze por cento) do total de empregados contratados pela licitante. (Decreto Estadual nº 30.753, de 22 de julho de 2021, alterado pelo Decreto nº 31.902, de 09 de setembro de 2022).

25.9.1.2. A comprovação de que trata o subitem anterior será atestada mediante declaração firmada pelo responsável legal da empresa, acompanhada dos registros de contratação dos aprendizes, ocultando se os respectivos dados pessoais, em conformidade com a Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD);

25.9.2. VAGAS PARA DEFICIENTES FÍSICOS

25.9.2.1. No ato de contratação com o Estado do Rio Grande do Norte, relativamente a bens, serviços e obras, bem como durante a vigência dos respectivos contratos, as empresas deverão comprovar o cumprimento da Lei Federal 8.213, de 24 de julho de 1991, que em seu artigo 93 estabelece a obrigatoriedade de preenchimento no quadro de funcionários da empresa com 100 ou mais empregados, com beneficiários reabilitados ou com pessoas com deficiência, (2% até 200 empregados até 5% a partir de 1.001 empregados).

25.9.2.2. Incumbe às empresas licitantes, quando for o caso, comprovar que não se enquadram nas obrigatoriedades estabelecidas no Decreto-Lei 5.452/1943 (CLT), regulamentado pelo Decreto Federal 9.579/2018 e na Lei Federal 8.213/1991, bem como expor os motivos de eventual descumprimento, na hipótese de serem obrigadas à observância das leis e decretos mencionados.

25.9.3. COTAS MULHERES VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

25.9.3.1. Declaração de que reserva 5% das vagas de empregos para mulheres vítimas de violência doméstica e familiar, ou na hipótese do não preenchimento da cota, que reverte as vagas remanescentes para as demais mulheres trabalhadoras, em conformidade com as exigências da Lei Estadual nº 10.171, de 21 de fevereiro de 2017.

26. **GARANTIA DE EXECUÇÃO**

26.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (ANEXOS VIII, IX ou X).

27. **27. OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS E DO CONTRATANTE**

27.1. As obrigações das CONTRATADAS 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 (ANEXOS VIII, IX ou X) deste Edital, conforme o Art. 89, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021.

28. **GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

28.1. O CONTRATANTE, na pessoa do Titular da ASSECOM, atuará como gestor do contrato, cabendo-lhe a responsabilidade pela gestão plena da execução contratual.

28.2. Para a fiscalização, será nomeado profissional devidamente indicado, titular e substituto, a quem competirá acompanhar a execução dos contratos decorrentes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas verificadas, com poderes, entre outros, para notificar as CONTRATADAS, visando à imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (ANEXOS VIII, IX ou X).

29. **29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

29.1. A remuneração às CONTRATADAS, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (ANEXOS VIII, IX ou X), 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 (ANEXOS VIII, IX ou X).

30. **VEDAÇÕES E RESTRIÇÕES DECORRENTES DO ANO ELEITORAL**

30.1. A execução do contrato decorrente desta Concorrência Nacional estará estrita e rigorosamente condicionada às normas de ordem pública estabelecidas na legislação eleitoral vigente, em especial ao disposto na Lei Federal nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, notadamente em seu artigo 73, inciso VI, alínea "b", e inciso VII, os quais impõem vedações expressas aos agentes públicos em campanhas eleitorais, com o objetivo de assegurar a igualdade de oportunidades entre os candidatos e a lisura do pleito, devendo a licitante vencedora ter plena ciência de que a natureza dos serviços de publicidade institucional ora contratados sofre limitações temporais e materiais inafastáveis por força de lei.

30.2. Fica a CONTRATADA expressamente advertida de que, nos três meses que antecedem o pleito eleitoral, bem como em eventuais períodos adicionais definidos pela Justiça Eleitoral, haverá a suspensão total da autorização, produção, veiculação, exibição e distribuição de publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos estaduais, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral, nos termos do § 3º do artigo 73 da Lei nº 9.504/1997, o que implicará a interrupção temporária da execução financeira e operacional do contrato no que tange à publicidade institucional, sem que tal fato constitua inadimplemento por parte da CONTRATANTE ou motivo para revisão das condições econômicas originalmente pactuadas.

30.3. A restrição mencionada no subitem anterior abrange todas as formas de comunicação que possam ser caracterizadas como publicidade institucional, independentemente do meio de divulgação utilizado, incluindo, mas não se limitando a, televisão, rádio, jornais, revistas, internet, redes sociais, mídia exterior (outdoors, busdoor, painéis digitais), materiais gráficos e quaisquer outros canais previstos no Plano de Mídia, devendo a CONTRATADA, sob orientação da CONTRATANTE, providenciar a tempestiva suspensão de veiculações e a retirada de materiais expostos que possam configurar conduta vedada, em conformidade com a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral que reconhece a natureza objetiva da vedação, a qual independe do momento da autorização da despesa ou da contratação, bastando a manutenção da publicidade no período proibido para a configuração da irregularidade.

30.4. Considerando que as restrições impostas pela legislação eleitoral constituem fato notório, previsível e de conhecimento obrigatório para as empresas que atuam no mercado de publicidade governamental, a suspensão da execução dos serviços de publicidade institucional durante o defeso eleitoral não gerará, em hipótese alguma, direito à CONTRATADA de pleitear indenização por lucros cessantes, danos emergentes, manutenção de estrutura ociosa ou qualquer outra forma de compensação financeira decorrente da redução do faturamento ou da paralisação das atividades publicitárias institucionais no referido período, devendo a licitante considerar essa sazonalidade regulatória e a consequente flutuação de demanda ao elaborar sua Proposta de Preços e planejar sua capacidade operacional.

30.5. Durante o período de vedação eleitoral, o contrato permanecerá vigente, podendo a CONTRATANTE, a seu exclusivo critério e estrita necessidade, demandar a execução de serviços que não se enquadrem na vedação legal, tais como o planejamento interno de futuras ações, a manutenção técnica de acervos e bancos de dados, ou a produção de publicidade legal e de utilidade pública que se amolde às estritas exceções autorizadas pela Justiça Eleitoral, desde que desprovidas de qualquer caráter de promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos e que tenham sido objeto de prévia análise e autorização formal da autoridade competente, ratificada por parecer jurídico específico quando necessário.

31. **30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

31.1. Será aplicada às LICITANTES vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre o valor estimado de despesas constante do subitem 3.1 deste Edital, independentemente da aplicação de outras sanções administrativas previstas na Lei nº 14.133/2021, nas seguintes hipóteses:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, dentro do prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, em nível que inviabilize a formalização contratual.

31.1.1. O disposto no subitem anterior não se aplica às LICITANTES convocadas nos termos do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

31.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas CONTRATADAS, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, observados os preceitos legais aplicáveis, poderá ensejar a aplicação das sanções previstas em lei e nas cláusulas contratuais, conforme disposto na Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (ANEXOS VIII, IX ou X).

32. **DISPOSIÇÕES FINAIS**

32.1. É facultado à COMISSÃO DE LICITAÇÃO, em qualquer fase desta concorrência, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada a inclusão posterior de documentos ou informações que deveriam constar, originalmente, das PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS ou dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.

32.2. A COMISSÃO DE LICITAÇÃO, mediante solicitação expressa da SUBCOMISSÃO TÉCNICA, poderá realizar vistoria na infraestrutura indicada pelas agências nas PROPOSTAS TÉCNICAS (quesito CAPACIDADE DE ATENDIMENTO), a qual será colocada à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato.

32.3. A COMISSÃO DE LICITAÇÃO adotará as medidas necessárias 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.

32.4. Até a assinatura dos contratos, as LICITANTES vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas, caso o CONTRATANTE tome conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou habilitação, ocorrido após o julgamento de cada fase.

32.4.1. Ocorrendo a desclassificação ou inabilitação da LICITANTE vencedora, por fatos referidos no subitem anterior, o CONTRATANTE poderá convocar as LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação das PROPOSTAS TÉCNICAS, ou revogar esta concorrência.

32.5. Durante a execução dos contratos, caso não ocorra prorrogação ou ocorra a rescisão do instrumento contratual firmado com uma ou mais CONTRATADAS, nas hipóteses previstas em lei ou no próprio contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as LICITANTES remanescentes, respeitada a ordem de classificação das PROPOSTAS TÉCNICAS, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições contratuais exigidas às signatárias originais.

32.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fator sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, comprometer o princípio da isonomia entre as LICITANTES.

32.7. Caso sejam constatados indícios de conluio entre LICITANTES ou qualquer outro ato de má-fé, o CONTRATANTE comunicará os fatos ao Ministério Público, para as providências cabíveis.

32.8. É vedado a qualquer LICITANTE tentar obstar o regular andamento do processo licitatório mediante uso de recursos ou meios meramente protelatórios, sujeitando-se, neste caso, às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o Art. 337-I do Código Penal, incluído pela Lei Federal nº 14.133/2021.

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

32.10. Esta concorrência será anulada por ilegalidade, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

32.10.1. A nulidade do procedimento licitatório implicará a nulidade dos contratos dele decorrentes, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do Art. 148 da Lei Federal nº 14.133/2021.

32.10.2. O CONTRATANTE poderá cancelar, de pleno direito, qualquer nota de empenho emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que o ato seja devidamente motivado e assegurados o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, na hipótese de anulação da adjudicação com fundamento legal.

32.11. Antes da data marcada para o recebimento dos INVÓLUCROS contendo as PROPOSTAS TÉCNICAS e de PREÇOS, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO poderá, por interesse público ou em decorrência de solicitações de esclarecimentos ou impugnações, alterar este Edital. Nesse caso, será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das PROPOSTAS, exceto quando, inequivocamente, a alteração não afetar sua formulação.

32.12. Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas relativas à formalização dos contratos, incluídas aquelas decorrentes de sua publicação, a qual deverá ocorrer em extrato no Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Norte, conforme previsto no Art. 89, § 1º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

32.13. Fica eleito o Foro da Comarca de Natal/RN, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para julgar pendências oriundas da presente licitação.

32.14. Integram este Edital os seguintes anexos:

Anexo I - Modelo de procuração

Anexo II - Modelo de proposta de preços

Anexo III - Relação das principais referências legais aplicáveis a este contrato

Anexo IV - Tabela Sinapro/RN

Anexo V - *Briefing* (lote 1)

Anexo VI - *Briefing* (lote 2)

Anexo VII - *Briefing* (lote 3)

Anexo VIII - Minuta de contrato

Anexo IX - Termo de referência (lote 1)

Anexo X - Termo de referência (lote 2)

Anexo XI - Termo de referência (lote 3)

Anexo XII - Estudo Técnico Preliminar (lote 1)

Anexo XIII - Estudo Técnico Preliminar (lote 2)

Anexo XIV - Estudo Técnico Preliminar (lote 3)

32.15. Para os fins dessa licitação serão aceitos documentos assinados digitalmente por meio de certificado digital emitido por Autoridade Certificadora da ICP-Brasil ou conta gov.br com nível de segurança e acesso prata ou ouro.

32.16. E, para que não se alegue desconhecimento, o presente Edital será publicado na IMPRENSA OFICIAL DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE e no PORTAL NACIONAL DE CONTRATAÇÕES PÚBLICAS -PNCP, disponibilizado, em sua íntegra, no site oficial de compras do Governo do RN, para ciência dos interessados, bem como divulgado em jornal de grande circulação nacional.

ANEXO I - MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.) OUTORGADO: Representante devidamente qualificado

OBJETO: Representar a outorgante nesta Concorrência N° 90002/2026.

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.

Natal/RN, ____/____/2025.

(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 II - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À Comissão Especial de Licitação Referente: Concorrência nº 90002/2026 – SEAD
Proposta de Preços - LOTE XX

1. PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

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

a) desconto, a ser concedido ao Assessoria de Comunicação Social do RN, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte – SINAPRO/RN, 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);

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 da Assessoria de Comunicação Social do RN, 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; 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 Assessoria de Comunicação Social do RN, 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, 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 () 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 Minuta de Contrato.

2.2. Estamos cientes de que o Ministério das Comunicações 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 Assessoria de Comunicação Social do RN todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do Ministério das Comunicações, nos termos da Minuta de Contrato.

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 III - RELAÇÃO DAS PRINCIPAIS REFERENCIAS LEGAIS APLICÁVEIS A ESTE PROCESSO DE CONTRATAÇÃO

Referência	Link
Lei Federal nº 4.690/1965	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm
Lei Federal nº 9.503/1997	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9503.htm
Lei Federal nº 101/2000	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp101.htm
Lei Federal nº 12.232/2010	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12232.htm
Lei Federal nº 12.853/2013	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12853.htm#art2
Lei Federal nº 13.709/2018	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm
Lei Federal nº 14.133/2021	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14133.htm
Decreto Federal nº 57.690/1966	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d57690.htm
Decreto Federal nº 4.563/2002	https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4563.htm
Instrução Normativa nº 01/2023 SECOM/PR (Federal)	https://www.in.gov.br/web/dou/-/instrucao-normativa-secom/pr-n-1-de-19-de-junho-de-2023-490748757
Normas-Padrão da Atividade Publicitária	https://www.sinaprosp.org.br/wp-content/uploads/2020/04/Normas_Padiao_2011_Portugues.pdf

Lei Estadual nº 10.920/2021	https://www.al.rn.leg.br/storage/legislacao/2021/4vq6cf356x7yl708rabryz3ne6ixod.pdf
Lei Estadual nº 10.980/2021	https://www.al.rn.leg.br/storage/legislacao/2021/ofzzep3k1dli1pzk2v2yooktjngpx4.pdf
Lei Estadual nº 12.150/2025	https://www.al.rn.leg.br/storage/legislacao/2025/vmzjv4bd9jqji1keqsy9ya46zwg9l4.pdf
Decreto Estadual RN nº 25.399/2015	https://www.diariooficial.rn.gov.br/dei/dorn3/docview.aspx?id_jor=00000001&data=20150801&id_doc=504570

ANEXO IV - TABELA SINAPRO RN (em documento apartado)

ANEXO V - BRIEFING (LOTE 1)

1. SITUAÇÃO GERAL (APRESENTAÇÃO)

O Governo do Rio Grande do Norte enfrentou graves problemas estruturais na segurança pública: efetivo policial defasado, déficit histórico em investimentos, carência de equipamentos e tecnologia, além de unidades prisionais sobrecarregadas e sem condições adequadas. Somava-se a isso um cenário de alta criminalidade, com índices de homicídios e violência urbana entre os maiores do país. Hoje, esse quadro mudou significativamente, com avanços concretos e resultados reconhecidos nacionalmente.

Entre 2022 e 2023, o Rio Grande do Norte obteve a maior redução da violência do Brasil, registrando queda de 18,8% nos homicídios, segundo o Atlas da Violência 2025 (IPEA/FBSP). Foram 212 mortes a menos em 2023, caindo de 1.167 para 955 ocorrências, e a taxa de homicídios por 100 mil habitantes reduziu-se de 32,5 para 26,4 (-18,7%). A diminuição foi ainda mais expressiva entre jovens de 15 a 29 anos, com redução de 24,5%. Além disso, Natal tornou-se a capital menos violenta do Nordeste, com 16,5 mortes violentas por 100 mil habitantes. De 2019 a 2025, o estado recebeu R\$ 247,8 milhões do Fundo Nacional de Segurança Pública, com 64,6% de execução, a quarta melhor taxa do país.

Além da redução da criminalidade violenta, o Governo do Rio Grande do Norte também tem atuado para diminuir os crimes contra o patrimônio, como furtos, roubos e arrombamentos, que impactam diretamente o dia a dia da população. Essas ocorrências, mais visíveis no cotidiano, influenciam fortemente a percepção de segurança, mesmo quando os índices de homicídios apresentam queda expressiva. A ampliação do policiamento ostensivo, o uso de tecnologias como videomonitoramento e cercos eletrônicos, e ações integradas das forças de segurança têm resultado na queda de ocorrências patrimoniais em áreas estratégicas, reforçando a sensação de proteção para comerciantes, trabalhadores e famílias.

Houve também expressivo reforço do efetivo: nove concursos públicos resultaram na contratação de 4.600 novos policiais, bombeiros, peritos, servidores do ITEP e policiais penais. Somente em 2024, foram incorporados 1.210 policiais militares, 366 policiais civis e 357 bombeiros, ampliando em 64,3% o efetivo das corporações. A valorização profissional avançou com mais de 19 mil promoções desde 2019, sendo 17 mil na PM, e a sanção da Lei de Reestruturação da Carreira dos Praças em julho de 2025, corrigindo distorções históricas e permitindo evolução até a graduação de Subtenente para todos que cumprirem 24 anos de serviço com previsão de 12 mil promoções até 2030.

Nos últimos dez, onze anos, desde 2013, o Brasil perdeu policiais militares, civis e penais. Mas no Rio Grande do Norte foi o contrário, conforme mostra a matéria do G1 deste ano: **“Número de PMs da ativa cai 6,8% em 10 anos, aponta estudo; policiais civis e científicos recuaram 2%”**. ([Número de PMs da ativa cai 6,8% em 10 anos, aponta estudo; policiais civis e científicos recuaram 2%](#)).

Os investimentos em infraestrutura também são robustos, com obras de grande porte em andamento, como a nova sede do ITEP, a Cidade da Polícia, o Regimento de Polícia Montada (Cavalaria), o Centro Clínico do Corpo de Bombeiros e novos batalhões em São Gonçalo e Mossoró. Mais de 700 viaturas foram entregues às forças de segurança, sendo 300 locadas com investimento de R\$ 19 milhões. No Corpo de Bombeiros, foram abertos novos quartéis em sete cidades, realizados dois concursos que reforçaram o efetivo com 477 militares e promovidos 1.365 profissionais entre 2019 e 2025. No sistema prisional, o efetivo chega a 1.444 policiais penais, com 267 nomeações nesta gestão, e diversas obras estratégicas em andamento, como pavilhões, estações de tratamento de esgoto, academia de formação e aquisição de câmeras corporais — além de reformas já concluídas, garantindo a criação e reativação de 1.086 novas vagas até 2027.

Apesar desses avanços expressivos, a população ainda não percebe plenamente a melhora na segurança pública. A queda nos índices de violência nem sempre se traduz no cotidiano das pessoas, seja pelo impacto das notícias sobre crimes isolados, seja pelo histórico de insegurança que marcou o estado por décadas. O grande desafio, agora, é transformar os números positivos em percepção real da sociedade, mostrando que o esforço conjunto do Governo, das forças de segurança e das instituições tem produzido resultados concretos e duradouros.

1.1. Pontos fortes: integração crescente entre as forças de segurança, investimentos em tecnologia e redução recente dos índices de violência letal.

1.2. Pontos fracos: déficit histórico de efetivo e percepção pública negativa consolidada ao longo de anos de violência elevada.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Ampliar a sensação de segurança da população, ou seja, fortalecer a percepção pública de que a segurança está melhorando, destacando os resultados positivos no enfrentamento à criminalidade violenta e aproximando a população das ações das forças policiais.

2.1. Ameaças: disseminação de fake news, aumentos pontuais e localizados de determinados crimes contra o patrimônio, déficit histórico de efetivo; disputas territoriais entre facções criminosas, cuja existência é problema social crônico e que tem causas que, no limite, remontam ao passado colonial e escravagista brasileiro, bem como ao atual modo de produção que favorece à intensificação da concentração de renda e da exclusão social.

2.2. Oportunidades: difundir e fortalecer a imagem do policial, das corporações e do governo do estado como gestor de uma política de segurança que valoriza as polícias e os agentes de segurança; divulgar resultados consistentes, reforçar programas de prevenção, fortalecer a imagem das instituições policiais e mostrar a integração do sistema de segurança como instrumento de paz social.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO - GERAL E ESPECÍFICOS

3.1. OBJETIVO GERAL:

Ampliar a sensação de segurança da população, melhorando a percepção dos potiguares sobre a segurança no Rio Grande do Norte.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Informar a população sobre os avanços nos indicadores de segurança;
- Destacar conjuntos de ações policiais e resultados decorrentes de operações específicas;
- Valorizar os investimentos em tecnologia, efetivo e programas preventivos;
- Reforçar a imagem de integração entre as forças policiais;
- Sensibilizar a sociedade para colaborar com a segurança (denúncias e prevenção comunitária);
- Trabalhar com a necessária profundidade determinados programas comunitários (como o Proerd, por exemplo) que aproximem as comunidades das forças de segurança.
- Combater a desinformação com dados oficiais e comunicação clara.

4. PÚBLICOS-ALVO

4.1. PÚBLICOS PRIORITÁRIOS

- População urbana das principais cidades e regiões do RN;
- Famílias que vivem em áreas vulneráveis;
- Jovens entre 15 e 29 anos, principais vítimas e potenciais multiplicadores das mensagens preventivas.

4.2. PÚBLICOS SECUNDÁRIOS

- Imprensa e formadores de opinião;
- Empresários e trabalhadores do comércio e serviços;
- Organizações da sociedade civil;
- Servidores e profissionais das forças de segurança.

4.3. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

- Idade: 15 a 60 anos;
- Sexo: ambos;
- Escolaridade: variada, com ênfase em ensino médio e superior em áreas urbanas;
- Renda: baixa a média;
- Localização: concentrações urbanas críticas e polos regionais.

4.4. PERFIL PSICOLÓGICO

- Expectativa de mais segurança e resposta rápida das autoridades;
- Desconfiança em relação a resultados concretos;
- Alta exposição a notícias de violência e informações desencontradas.

5. PRAÇAS

A campanha deverá ter abrangência estadual, priorizando Natal, Mossoró, Parnamirim e regiões metropolitanas e do Oeste potiguar.

6. PERÍODO

A agência de publicidade deve formular uma campanha para um período de 90 (noventa) dias.

O detalhamento do calendário estratégico será definido pela agência propositiva, em consonância com os objetivos de comunicação.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A verba disponível para desenvolvimento da proposta da campanha é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

Esta verba publicitária deve cobrir todo o ciclo da campanha – da concepção criativa, passando pela produção, até a veiculação e a mensuração de resultados.

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

- Atlas da Violência 2025 (IPEA/FBSP) – redução de homicídios no RN;
- Dados da SESED-RN;
- Observatório Estadual de Segurança: www.defesasocial.rn.gov.br;
- Portal da Segurança Pública: www.rn.gov.br/seguranca;
- Manual de Identidade Visual do Governo do RN - MIV RN: <https://drive.google.com/drive/folders/1RltkPX5mO1GjIU9xlQd201N0B5RJazJc?usp=sharing>
- MIV das Redes institucionais do Governo do RN: https://drive.google.com/drive/folders/1Uily7m-ipq_qTydDSWBnR4ZFXfk9oPKu?usp=sharing
- Brasão e logo de secretarias: <https://drive.google.com/drive/folders/1EWZ4UZRsSPiv8irZjGFoYF5ArkowNhL5?usp=sharing>

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Redes oficiais do Governo do Estado e das forças de segurança;
- Site da SESED-RN e Governo do RN e canais de denúncia;
- Eventos públicos e coletivas de imprensa;
- Veículos próprios das corporações (viaturas e unidades móveis);
- Parcerias com rádios e mídia regional.

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

O Governo do RN já realizou campanhas institucionais sobre Segurança Pública

- Site da SESED: defesasocial.rn.gov.br
- Portal do Governo do RN: www.rn.gov.br
- “O Trabalho tá aí é o Governo que fez, é o Governo que Faz”: Redução da Violência: @governodorn
- Resultados: melhora na percepção de integração das forças, mas necessidade de campanhas mais constantes e com maior penetração social
- Informações sobre investimentos: disponíveis no Portal da Transparência do Governo do Estado.

11. CONCEITO A SER UTILIZADO NA PROPOSTA DE CAMPANHA

- RN Mais Seguro

ANEXO VI - BRIEFING (LOTE 2)

1. SITUAÇÃO GERAL

1.1. Apresentação do DETRAN-RN

O **Departamento Estadual de Trânsito do Rio Grande do Norte (DETRAN RN)** é uma autarquia vinculada ao Governo do Estado, responsável por executar a política estadual de trânsito. Atua na promoção da segurança viária, da educação para o trânsito e da fiscalização, além de prestar serviços de habilitação, registro e licenciamento de veículos.

1.2. Missão: Garantir um trânsito seguro e humanizado, preservando vidas, promovendo cidadania, assegurando a mobilidade de forma responsável e sustentável.

1.3. Valores: Respeito à vida, ética, transparência, eficiência na gestão pública, educação como instrumento de transformação social e compromisso com a inovação.

1.4. Cultura organizacional: Foco em resultados, atendimento de qualidade ao cidadão e integração com outros órgãos do Sistema Nacional de Trânsito.

1.5. Funções e áreas de atuação: fiscalização de condutores e veículos, formação e qualificação de motoristas, educação para o trânsito, registro e licenciamento de veículos, emissão de documentos de habilitação e combate a irregularidades no trânsito.

1.6. Mudanças institucionais e operacionais recentes: O DETRAN RN vem modernizando sua infraestrutura digital, ampliando serviços online por meio do portal (www.detran.rn.gov.br) e do aplicativo "DETRAN Digital RN", além de investir em programas de educação para o trânsito voltados para motociclistas e jovens condutores.

1.7. Imagem e reputação: O órgão é reconhecido como autoridade de trânsito no estado, mas enfrenta desafios relacionados à percepção pública sobre a eficácia na fiscalização e à alta taxa de acidentes envolvendo motociclistas.

1.8. Produtos, serviços, programas e ações sociais mais relevantes: Educação de Trânsito nas Escolas; Maio Amarelo e Semana Nacional do Trânsito; Cursos de capacitação para mototaxistas e motofretistas; Campanhas de conscientização para uso de capacete e equipamentos de proteção.

1.9. Mercado atual e potencial: O DETRAN RN relaciona-se com todos os condutores, proprietários de veículos e pedestres do estado. O público motociclista - especialmente jovens entre 18 e 40 anos - é prioritário devido ao crescimento acelerado da frota de motos e à alta participação nos acidentes fatais.

1.10. Canais de distribuição e restrições: Serviços do DETRAN RN são prestados em unidades físicas (sede e Ciretrans) e por canais digitais (site, aplicativo, WhatsApp). Não há restrições éticas ou políticas para uso de mídias sociais e veículos de comunicação pública para fins educativos.

1.11. Concorrentes diretos e indiretos: Embora o DETRAN RN não tenha concorrentes comerciais, há disputa de atenção com influências externas (conteúdos não oficiais sobre trânsito, cursos informais de direção e informações incorretas divulgadas em redes sociais).

1.12. Diferenciais mercadológicos: Único órgão estadual com poder de fiscalização e normatização do trânsito, com base de dados integrada ao Sistema Nacional de Trânsito.

1.13. Pontos fortes: autoridade legal, capilaridade estadual, integração com órgãos de saúde e segurança.

1.14. Pontos fracos: percepção pública de burocracia, dificuldade de comunicação segmentada com motociclistas e campanhas ainda pontuais.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O DETRAN RN precisa reduzir acidentes e mortes envolvendo motociclistas, conscientizando condutores sobre a importância do uso de capacetes e equipamentos de proteção, direção defensiva e habilitação regular.

2.1. Ameaças: aumento da frota de motos, informalidade de condutores, cultura de imprudência, pressão sobre o sistema de saúde.

2.2. Oportunidades: campanhas educativas contínuas, parcerias com empresas de motofrete, escolas e associações, utilização de canais digitais para impactar jovens condutores.

2.3. Regiões com maior presença ou potencial: Natal, Mossoró, Parnamirim e municípios do Seridó e Oeste concentram grande número de motociclistas e registros de acidentes graves.

2.4. Informações adicionais sobre o tema:

- Motociclistas representam a maior parte das vítimas fatais no trânsito potiguar;
- Grande parte dos acidentes decorre de excesso de velocidade, não uso do capacete e condução irregular;
- Há alto índice de internações hospitalares custeadas pelo SUS relacionadas a sinistros envolvendo motos;
- Razões do aumento de motocicletas no território potiguar: custo menor que o carro; agilidade no trânsito; fonte de renda (entregas e transporte de passageiros).

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO - GERAL E ESPECÍFICOS

3.1. OBJETIVO GERAL:

Posicionar o DETRAN RN como agente ativo na preservação da vida, promovendo mudanças de comportamento entre motociclistas.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Alertar para os riscos do trânsito e mostrar que acidentes são evitáveis;
- Incentivar o uso correto do capacete e equipamentos de proteção individual (EPIs);
- Valorizar a habilitação regular como garantia de formação segura;
- Reforçar a fiscalização como instrumento de proteção à vida;
- Sensibilizar sociedade e familiares das vítimas para atuarem como multiplicadores de boas práticas no trânsito.

4. PÚBLICOS-ALVO

4.1. PÚBLICO PRIORITÁRIO: Motociclistas (18 a 40 anos), entregadores, mototaxistas e condutores iniciantes.

4.2. PÚBLICOS SECUNDÁRIOS:

- Sociedade em geral;
- Famílias das vítimas de trânsito;
- Formadores de opinião e imprensa;
- Instituições de ensino, empresas de transporte por aplicativo e associações de motociclistas;
- Órgãos públicos e parceiros institucionais.

4.3. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO:

- Idade: 18 a 40 anos;
- Sexo: predominantemente masculino;
- Escolaridade: ensino médio em andamento ou concluído;
- Renda: baixa a média;
- Localização: áreas urbanas de alta circulação.

4.4. PERFIL PSICOLÓGICO:

- Atitude: autoconfiança elevada, baixa percepção de risco, busca por agilidade no deslocamento;
- Comportamento: priorização de rapidez em detrimento da segurança.

5. PRAÇAS

A campanha deverá ter abrangência estadual, priorizando as áreas de maior concentração de sinistros envolvendo motocicletas, que são: para Natal, Mossoró, Parnamirim, região Seridó e Oeste.

6. PERÍODO

A agência de publicidade deve formular uma campanha para um período de 30 (trinta) dias.

O detalhamento do calendário estratégico será definido pela agência propositiva, em consonância com os objetivos de comunicação.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A verba disponível para desenvolvimento da proposta da campanha é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

Esta verba publicitária deve cobrir todo o ciclo da campanha – da concepção criativa, passando pela produção, até a veiculação e a mensuração de resultados.

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

- Site do DETRAN-RN (www.detran.rn.gov.br);
- Portal do Observatório Nacional de Segurança Viária (<https://www.onsv.org.br/>);
- Portal da Polícia Rodoviária Federal (<https://www.pr.f.gov.br/>);
- Site do Hospital Monsenhor Walfredo Gurgel (<http://www.walfredogurgel.rn.gov.br>);
- Estatísticas de relacionadas a acidentes no trânsito;
- Campanhas anteriores do Maio Amarelo e Semana Nacional do Trânsito;
- Manual de Identidade Visual do Governo do RN - MIV RN: <https://drive.google.com/drive/folders/1RltkPX5mO1GjIU9xlQd201N0B5RJazJc?usp=sharing>
- MIV das Redes institucionais do Governo do RN: https://drive.google.com/drive/folders/1Uily7m-ipq_qTydDSWBnR4ZFXfk9oPKu?usp=sharing
- Brasão e logo de secretarias: <https://drive.google.com/drive/folders/1EWZ4UZRsSPiv8irZjGFoYF5ArkowNhL5?usp=sharing>

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site institucional e aplicativo DETRAN Digital RN;
- Redes sociais: Instagram, Facebook, X, YouTube;
- Estrutura física do DETRAN-RN e unidades de atendimento;
- SAC presencial e virtual;
- Veículos oficiais e totens institucionais.

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

- O DETRAN RN, realiza ações e campanhas em conformidade com o calendário anual estabelecido pelo CONTRAN, complementando-as com iniciativas que atendem às particularidades locais, mas sempre dentro do cronograma nacional.
- Entre as campanhas fixas, destacam-se o "Maio Amarelo" e a "Semana Nacional do Trânsito", além de diversas ações educativas itinerantes.
- Campanhas anteriores já trabalharam conceitos como: "No trânsito, escolha a vida", "Respeito salva vidas".
- Resultados das campanhas: alcance significativo, mas com baixo efeito contínuo na mudança de comportamento do motociclista.
- Informações sobre investimentos publicitários: disponíveis no Portal da Transparência do Governo do Estado.

11. CONCEITO A SER UTILIZADO NA PROPOSTA DE CAMPANHA

- Motociclista seguro, Vidas salvas.

ANEXO VII - BRIEFING (LOTE 3)

1. SITUAÇÃO GERAL

1.1. APRESENTAÇÃO DO IDEMA:

O Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte (IDEMA) é uma autarquia estadual, vinculada à Secretaria de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos (SEMARH), responsável pela execução da política ambiental do Estado. Criado em 1983 o Instituto exerce papel central na regulação, fiscalização, licenciamento e promoção de ações de educação ambiental, articulando políticas públicas e contribuindo diretamente para o desenvolvimento sustentável do Rio Grande do Norte.

O IDEMA atua como elo estratégico entre a sociedade, o setor produtivo e o poder público, assegurando que os empreendimentos instalados no RN cumpram normas socioambientais, garantindo a preservação dos ecossistemas e a qualidade de vida da população. Além disso, cria e administra importantes Unidades de Conservação, como o Parque das Dunas, o Parque Estadual Mata da Pipa, a Reserva Ponta do Tubarão, Área de Proteção Ambiental de Genipabu, entre outras.

Por meio de programas e campanhas educativas, o IDEMA também aproxima a população da pauta ambiental, fortalecendo a conscientização coletiva e estimulando práticas sustentáveis no cotidiano.

O IDEMA possui as seguintes atribuições: Promoção de Educação Ambiental; Licenciamento e Revisão de Atividades Potencialmente Poluidoras; Zoneamento Ambiental; Aplicação de Penalidades Disciplinares e Compensatórias; Implantação de Unidades de Conservação; Controle Ambiental e Controle Florestal.

1.2. MISSÃO: Promover a política ambiental, considerando o enfrentamento às mudanças do clima e a participação social justa, para garantir o desenvolvimento sustentável do Rio Grande do Norte.

1.3. VISÃO: Ser referência como órgão ambiental e reconhecido junto à sociedade por sua credibilidade.

1.4. VALORES: Autonomia, Compromisso, Eficiência, Ética, Imparcialidade, Inovação.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O Rio Grande do Norte tem avançado em investimentos que precisam da garantia de segurança ambiental e social. Muitas vezes, porém, o papel do IDEMA é percebido apenas como “burocrático” ou “punitivo”. O grande desafio da comunicação é mostrar o Instituto como parceiro estratégico do desenvolvimento do RN, demonstrando que sua atuação é essencial para o ambiente de negócios, a proteção da vida, do meio ambiente e para a construção de um futuro sustentável.

O IDEMA enfrenta o desafio de comunicar de forma clara e eficaz a relevância de suas ações de fiscalização ambiental, licenciamento ambiental de empreendimentos, educação ambiental e gestão da biodiversidade para toda a sociedade potiguar. Diferentemente de empresas de serviço contínuo, o Instituto lida com temas técnicos e regulatórios que nem sempre são de fácil compreensão para o público em geral, exigindo estratégias de comunicação que aproximem os cidadãos das políticas públicas e das ações do órgão.

A comunicação do IDEMA deve priorizar a divulgação de projetos e iniciativas que representem marcos para a proteção ambiental no Rio Grande do Norte, como a implantação de sistemas de monitoramento ambiental, a criação de unidades de conservação, a execução de programas de educação ambiental e o licenciamento de empreendimentos com potencial de impacto socioambiental. É fundamental ressaltar os benefícios dessas ações para a sociedade, demonstrando como a atuação do Instituto contribui para a preservação de recursos naturais, a qualidade de vida das comunidades e o desenvolvimento sustentável do Estado.

Outro aspecto relevante é a conscientização ambiental. Muitas ações do IDEMA dependem do engajamento da população, seja no cumprimento de normas ambientais, na participação em processos de licenciamento ou na prevenção de infrações ambientais. A comunicação precisa alertar sobre impactos negativos decorrentes de condutas inadequadas, como a poluição de rios, o desmatamento irregular e o descarte incorreto de resíduos, mostrando ao mesmo tempo alternativas sustentáveis e caminhos de participação cidadã.

Além disso, a comunicação do IDEMA deve consolidar a imagem do Instituto como um órgão técnico e confiável, reforçando a transparência, a prestação de contas e a importância da atuação integrada com outros órgãos públicos, comunidades e setores da sociedade civil. A abordagem deve equilibrar informação técnica e clareza, traduzindo processos complexos de licenciamento, fiscalização e gestão ambiental em conteúdos acessíveis e compreensíveis, de forma a engajar, educar e mobilizar a sociedade em torno uso adequado dos bens naturais e da proteção ambiental.

LICENCIAMENTO AMBIENTAL

O licenciamento ambiental constitui um dos principais instrumentos de gestão do IDEMA, destinado a avaliar a viabilidade ambiental de empreendimentos e atividades que utilizam recursos naturais ou que possam causar impactos ao meio ambiente. Esse procedimento administrativo envolve a análise da localização, implantação e operação de projetos, definindo condições, medidas de controle e acompanhamento das atividades, garantindo que o desenvolvimento econômico do Estado ocorra de forma sustentável.

No âmbito do IDEMA, o licenciamento ambiental é conduzido de acordo com a legislação federal e estadual vigente, considerando critérios técnicos, jurídicos e socioambientais. O Instituto emite diferentes tipos de licenças, incluindo a Licença Prévia, a Licença de Instalação, a Licença de Operação, bem como licenças simplificadas, de regularização, de alteração e autorizações especiais ou para teste de operação. Sempre que necessário, o IDEMA promove consultas e audiências públicas, assegurando transparência, participação social e diálogo com a sociedade civil durante todo o processo de licenciamento.

EDUCAÇÃO AMBIENTAL

A Educação Ambiental é uma das frentes mais relevantes de atuação do IDEMA. Por meio da Subcoordenadoria de Planejamento e Educação Ambiental (SPEA), o Instituto desenvolve, executa e avalia planos, programas e projetos que têm como objetivo principal fortalecer a consciência crítica da sociedade em relação às questões ambientais. Entre as principais linhas de ação, destacam-se a gestão e o planejamento de projetos institucionais de educação ambiental; a formação continuada de gestores e educadores; a comunicação para a educação ambiental, com a produção de materiais informativos e campanhas educativas; a articulação com escolas e universidades para o desenvolvimento de projetos transversais; e o monitoramento e avaliação de políticas e programas voltados ao tema.

BIODIVERSIDADE

A Unidade de Gestão da Biodiversidade (UGBio), instituída em janeiro de 2025, representa a ampliação das competências anteriormente atribuídas ao Núcleo de Unidades de Conservação. A criação da UGBio reforça as ações do Instituto no que se refere à proteção e manejo da biodiversidade, à valorização dos povos originários e das comunidades tradicionais, bem como ao fomento de práticas voltadas ao turismo sustentável no Estado do Rio Grande do Norte.

A UGBio atua na execução da Política Florestal estadual, promovendo a conservação, a recuperação e o uso sustentável dos ecossistemas. Também coordena a gestão das Unidades de Conservação estaduais, no âmbito do Sistema Estadual de Unidades de Conservação da Natureza (SEUC), e garante apoio aos povos originários e comunidades tradicionais, em conformidade com a Convenção nº 169 da OIT, assegurando a realização da Consulta Livre, Prévia e Informada.

Além disso, a Unidade é responsável pelo planejamento, implementação e monitoramento da gestão das Unidades de Conservação Estaduais, pela administração do Cajueiro de Pirangi, patrimônio ambiental e cultural do Estado, pela conservação e manejo da fauna e da flora, bem como pelo apoio a práticas sustentáveis e iniciativas de valorização cultural desenvolvidas pelas comunidades tradicionais.

FISCALIZAÇÃO

A fiscalização ambiental é uma das atribuições centrais do IDEMA/RN, responsável por garantir o cumprimento da legislação ambiental estadual e federal, protegendo os recursos naturais e prevenindo danos ao meio ambiente. Por meio de ações de inspeção, monitoramento e autuação, o Instituto verifica empreendimentos, atividades e áreas potencialmente impactantes, assegurando que medidas de controle ambiental sejam efetivamente implementadas. A fiscalização também atua de forma educativa, orientando empresas, comunidades e cidadãos sobre práticas sustentáveis e o correto manejo dos recursos naturais, promovendo a conscientização ambiental e fortalecendo a cultura de respeito às normas como instrumento de preservação e desenvolvimento sustentável no Rio Grande do Norte.

ALÔ IDEMA

O serviço “Alô IDEMA” constitui um canal estratégico de interação entre a população e o Instituto, criado com o objetivo de fortalecer a fiscalização e reduzir infrações e crimes ambientais no Rio Grande do Norte. Disponibilizado desde 2008, o serviço permite que cidadãos realizem denúncias, esclareçam dúvidas e obtenham informações relacionadas à proteção ambiental por meio do aplicativo IDEMA Comunic@, pelo telefone 0800-084-7004 ou 3113-6111, e por e-mail (aloidema@gmail.com).

O atendimento funciona de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h, e nos finais de semana e feriados, das 8h às 20h, por meio de equipe de plantão. Em média, o “Alô IDEMA” realiza 150 atendimentos mensais, envolvendo denúncias, solicitações de informações e orientação sobre ações de proteção ambiental. O serviço conta ainda com o apoio do Batalhão de Policiamento de Proteção Ambiental (BPAMB), garantindo eficiência e efetividade no cumprimento da missão institucional do IDEMA.

APOIO ÀS PREFEITURAS

O Núcleo de Apoio à Gestão Ambiental dos Municípios (NAGAM) é a unidade responsável, dentro do IDEMA, pela execução das atividades de articulação e apoio técnico aos municípios do Rio Grande do Norte, visando contribuir para o adequado exercício de suas competências legais na gestão ambiental. Nesta perspectiva, o NAGAM gerencia dois Programas: o Programa de Apoio à Gestão Ambiental dos Municípios do Rio Grande do Norte e o Programa de Fomento à Criação de Unidades de Conservação Municipais.

PROGRAMA ÁGUA AZUL

O Programa Água Azul consiste na medição e verificação periódica de parâmetros de qualidade de água, usada para o acompanhamento da condição atual, sua evolução e controle da qualidade do corpo de água, além de possibilitar a projeção de situações futuras. O Programa tem por objetivos realizar o monitoramento sistemático da qualidade das águas dos principais corpos d'água interiores norte-rio-grandenses, bem como das águas subterrâneas, verificar as condições de balneabilidade de diversas praias do Estado, além de promover uma investigação passivo ambiental, decorrente da contaminação, por derivados de petróleo, do aquífero na Cidade de Natal.

PROJETO BARCO ESCOLA RN

O Barco Escola do Rio Grande do Norte é um programa oficial do Governo do Estado do Rio Grande do Norte, instituído por meio do Decreto Estadual nº 34.695/2025 e desenvolvido pelo IDEMA em parceria com a Fundação para o Desenvolvimento da Ciência, Tecnologia e Inovação do RN (FUNCITERN). O programa tem como foco promover uma educação ambiental viva, participativa e em movimento pelos nossos rios. Com o propósito de transformar os rios potiguares em espaços ativos de ensino e aprendizagem, o Barco Escola do RN utiliza embarcações adaptadas para realizar aulas no estuário do rio Potengi, e com o propósito de interiorização também serão contemplados os estuários dos rios Apodi-Mossoró, Tubarão e Aratuá. Além das atividades embarcadas, o programa realizará formações em instituições de ensino e campanhas de sensibilização socioambiental em todo o estado.

UNIDADES DESCENTRALIZADAS DO IDEMA – INTERIORIZAÇÃO

Com o objetivo de estar mais próximo dos cidadãos potiguares, o Idema possui unidades administrativas em seis Unidades de Conservação com ECOPOSTO (APAJ/APARC/APABG/APADR/RDSEPET/PEMP), atendimento em 8 Centrais do Cidadão, nos municípios de João Câmara, Pau dos Ferros, Caicó, Currais Novos, Macau, Assu, Nova Cruz e Caraúbas) e um Posto Avançado em Mossoró. O intuito é ampliar os serviços para mais pessoas ao longo das regiões.

REDES SOCIAIS

O IDEMA mantém presença institucional em diversas redes sociais, incluindo o Instagram (@idemarn), o Facebook (IDEMA RN), o YouTube (IDEMA Socioambiental) e o LinkedIn (IDEMA RN) utilizadas como canais estratégicos para comunicação com a sociedade. Por meio dessas mídias, o Instituto divulga informações sobre ações de fiscalização, licenciamento ambiental, educação ambiental, unidades de conservação, políticas públicas e demais iniciativas institucionais. As plataformas permitem o engajamento direto com o público, fortalecendo a transparência, a prestação de contas e a disseminação de informações de interesse socioambiental. A maior audiência que o IDEMA possui é no perfil do Instagram @idemarn, contando com 28,6 mil seguidores (até 20 de agosto de 2025).

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO - GERAL E ESPECÍFICOS

3.1. OBJETIVO GERAL:

Fortalecer a imagem institucional do IDEMA como referência em gestão ambiental pública no Estado.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reforçar o papel estratégico do IDEMA na mediação entre desenvolvimento econômico e preservação ambiental;
- Difundir a importância do licenciamento ambiental como instrumento de proteção socioambiental;
- Valorizar a gestão das Unidades de Conservação e as iniciativas de educação ambiental;
- Promover maior aproximação entre o órgão e a sociedade, com linguagem acessível e credibilidade técnica;
- Ampliar o reconhecimento do IDEMA como instituição moderna, transparente e comprometida com a sustentabilidade.

4. PÚBLICOS-ALVO

4.1. PÚBLICO PRIORITÁRIO: Sociedade em geral.

4.2. PÚBLICOS SECUNDÁRIOS:

- Servidores do IDEMA;
- Órgãos ambientais e parceiros institucionais;
- Setor produtivo (empreendedores e empresas licenciadas);
- Órgãos de controle e reguladores;
- Organizações da sociedade civil;
- Estudantes e comunidade acadêmica;
- Gestores públicos municipais e estaduais;
- Formadores de opinião.

5. PRAÇAS

A campanha deverá ter abrangência estadual, priorizando a interiorização das informações e o fortalecimento da presença institucional do IDEMA em todas as regiões do Rio Grande do Norte.

6. PERÍODO

A agência de publicidade deve formular uma campanha para um período de 30 (trinta) dias.

O detalhamento do calendário estratégico será definido pela agência propositiva, em consonância com os objetivos de comunicação.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A verba disponível para desenvolvimento da proposta da campanha é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

Esta verba publicitária deve cobrir todo o ciclo da campanha – da concepção criativa, passando pela produção, até a veiculação e a mensuração de resultados.

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

- Site do IDEMA: www.idema.rn.gov.br
- Portal do Governo do RN: www.rn.gov.br
- Sistema Nacional de Meio Ambiente (SISNAMA): <https://www.gov.br/mma>
- Política Nacional de Meio Ambiente (Lei Federal nº 6.938/1981): https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6938.htm
- Lei Complementar Estadual Nº 272: <https://www.al.rn.leg.br/storage/legislacao/2019/07/12/9e549d2e5f3ecdace24a5d37d934857a.pdf>
- Plano de Manejo Parque das Dunas: <https://drive.google.com/drive/folders/1lMOqIzAQl0drsYhoi7TooH2lKmgfVXf1?usp=sharing>
- Manual de Identidade Visual do IDEMA: <https://drive.google.com/drive/folders/11zfXBGKWekc-542WEAKNxmwIRZydjB9?usp=sharing>
- Manual de Identidade Visual do Governo do RN - MIV RN: <https://drive.google.com/drive/folders/1RltkPX5mO1GjIU9xIQd201N0B5RJazJc?usp=sharing>
- MIV das Redes institucionais do Governo do RN: https://drive.google.com/drive/folders/1Uily7m-ipq_qTydDSWBnR4ZFXfk9oPKu?usp=sharing
- Brasão e logo de secretarias: <https://drive.google.com/drive/folders/1EWZ4UZRsSPiv8irZjGFoYF5ArkowNhL5?usp=sharing>

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

9.1. PÚBLICO EXTERNO: Contato por telefone, Site institucional, perfis oficiais em redes sociais (Instagram, YouTube, LinkedIn), campanhas educativas em Unidades de Conservação, produção de materiais gráficos e audiovisuais, releases e informativos, estruturas físicas do IDEMA nas Unidades de Conservação Estaduais.

9.2. PÚBLICO INTERNO: Papel de parede nos computadores, informativos eletrônicos, grupos de colaboradores no WhatsApp e Plataforma Rocket Chat (intranet).

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

O IDEMA não dispõe, até o momento, de um histórico consolidado de ações voltadas especificamente à publicidade institucional. As iniciativas de comunicação desenvolvidas ocorreram, em sua maioria, de forma pontual. Nesse contexto, parte das peças produzidas não esteve vinculada a campanhas integradas de maior alcance. Atualmente, o Instituto mantém presença ativa em suas plataformas digitais oficiais e promove ações de caráter educativo e institucional voltadas ao fortalecimento de sua imagem junto à sociedade.

O IDEMA tem intensificado sua presença digital e aproximado a sociedade por meio de campanhas como RN+Limpo, A3P, ações de educação ambiental em unidades de conservação e séries nas redes sociais, como o “Bora Simplificar?”, que traduz em linguagem acessível temas técnicos de licenciamento ambiental e temáticas que o IDEMA lida diariamente.

A comunicação, até então, tem se destacado pela produção de conteúdo educativo e institucional, mas carece de maior integração em campanhas publicitárias contínuas e de impacto estadual.

Confira algumas peças pontuais de comunicação:

Vídeo Institucional: <https://www.youtube.com/watch?v=y6JKKweT2Pc&t=37s>

Semana Estadual do Meio Ambiente: <http://www.idema.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=353574&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=ACERVO+DE+MAT%C9RIAS>

Barco Escola RN: <http://www.idema.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=357363&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=ACERVO+DE+MAT%C9RIAS>

Campanha RN Mais Limpo: <https://www.rn.gov.br/materia/campanha-rnlimpo-ultrapassa-a-meta-de-150-toneladas-de-residuos-eletronicos-reciclados-do-estado/>

I Seminário de Povos e Comunidades Tradicionais: <http://www.idema.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=356214&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=ACERVO+DE+MAT%C9RIAS>

11. CONCEITO A SER UTILIZADO NA PROPOSTA DE CAMPANHA

- IDEMA: por um futuro sustentável.

ANEXO VIII - MINUTA DE CONTRATO - Em documento apartado
ANEXO IX - TERMO DE REFERÊNCIA (LOTE 1) - Em documento apartado
ANEXO X - TERMO DE REFERÊNCIA (LOTE 2) - Em documento apartado
ANEXO XI - TERMO DE REFERÊNCIA (LOTE 3) - Em documento apartado
ANEXO XII - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (LOTE 1) - Em documento apartado
ANEXO XIII - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (LOTE 2) - Em documento apartado
ANEXO XIV - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (LOTE 3) - Em documento apartado