

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 027/2026
PROCESSO INTERNO Nº 1937/2025

Objeto: O objeto da presente licitação é a contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Administração Pública, nos termos da Lei Federal nº 12.232/10, cujo objetivo é o planejamento e execução de campanhas publicitárias, com o propósito de informar e conscientizar a população sobre políticas públicas, ações governamentais, programas sociais e demais ações de interesse coletivo, e a elaboração de estratégias de comunicação para promover a transparência administrativa e garantir o acesso à informação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste instrumento.

Legislação: Lei Federal nº 12.232/10 e, subsidiariamente, a Lei Federal nº 14.133/21.

Modalidade: Concorrência Pública Presencial

Critério de julgamento: Técnica e Preço

Exclusividade ME/EPP/Equiparadas: Não.

Modo de disputa: Fechado.

Participação: Agências de publicidade que atenderem a todas as exigências contidas neste Edital.

Recebimento dos documentos: A entrega dos documentos deverá ser feita em sessão pública. Não serão aceitos envelopes enviados por outro meio.

Data de abertura da sessão: 09 de novembro de 2026.

Horário de abertura: 09h00min.

Local da sessão: Centro Cultural José da Costa Sepúlveda (Cine Bandeirantes), no endereço Rua Luís Cassiano, nº 60, Centro, Sabará – MG. CEP 34.505.010. O local poderá ser alterado a critério da Administração.

Valor estimado: O valor estimado desta contratação é de R\$ 2.471.844,15 (dois milhões quatrocentos e setenta e um mil oitocentos e quarenta e quatro reais e quinze centavos) para 12 meses.

Esclarecimentos e impugnações: Os pedidos de esclarecimentos e/ou impugnações deverão ser encaminhados à Comissão Especial de Licitação por meio do e-mail: licitacao@sabara.mg.gov.br.

Data limite para esclarecimentos e impugnações: 04 de novembro de 2026.

Referência de tempo: Horário de Brasília/DF.

PREÂMBULO

O **MUNICÍPIO DE SABARÁ**, pessoa jurídica de direito público, inscrita no CNPJ sob o nº 18.715.441/0001-35, por meio da **Secretaria Municipal de Governo**, realizará o Edital de Licitação em epígrafe, na modalidade Concorrência, em sessão pública presencial, considerando a impossibilidade técnica de processamento dos procedimentos constantes da IN 01/2023 por meio da plataforma Licitar Digital (sistema utilizado pela Prefeitura), bem como considerando o rito estabelecido pela Lei Federal nº 12.232/10. Por isso, todas as sessões públicas deverão ser devidamente gravadas¹, inclusive, a Primeira Sessão Pública deverá ser gravada, porém, disponibilizada apenas após a conclusão da análise das propostas técnicas, considerando a vedação à filmagem da sessão pública de recebimento dos envelopes em licitações, como explicado pelo prof. Marçal Justen Filho².

Este Edital será regido pela Lei Federal nº14.133 de 01 de abril de 2021, Decreto Municipal nº1787/2023, Decreto Municipal nº1883/2023, Decreto Municipal nº1884/2023, Decreto Municipal nº1931/2023, Decreto Municipal nº2226/2023, Decreto Municipal nº2375/2023, Decreto Municipal nº2451/2024; Decreto Municipal nº2822/2024, Decreto Municipal nº3005/2024; Decreto Municipal nº069/2025; Lei Municipal nº3202 de 27 de novembro de 2025; Lei Complementar Federal nº 123, de 15 de dezembro de 2006, e suas alterações; e demais legislações aplicáveis e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

1. OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é a contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Administração Pública, nos termos da Lei Federal nº 12.232/10, cujo objetivo é o planejamento e execução de campanhas publicitárias, com o propósito de informar e conscientizar a população sobre políticas públicas, ações governamentais, programas sociais e demais ações de interesse coletivo, e a elaboração de estratégias de comunicação para promover a transparência administrativa e garantir o acesso à informação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste instrumento.

1.2. Como serviços publicitários, considera-se os serviços compreendidos como aqueles constantes do *caput* do art. 2º e de seu parágrafo primeiro da Lei Federal nº 12.232/10, prestados por uma agência de publicidade.

1.3. A licitação será realizada em único item de forma global, de acordo com o Termo de Referência e seus anexos.

1.4. Em caso de divergência entre as especificações do objeto descritas nos Anexos e as especificações descritas neste Edital, prevalecerão as especificações constantes neste Edital.

1.5. Constituem Anexos deste instrumento convocatório, dele fazendo parte integrante:

Anexo I – Termo de Referência;

Apêndice do Anexo I – *Briefing*;

Anexo II – Modelo do Termo de Credenciamento;

¹ IN. 01/2023. Art. 49. A licitação será realizada preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.

² JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Contrato de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/10. Belo Horizonte, 2020. 435 p. ISBN 978-65-5518-035-0.

Anexo III – Modelo de Proposta Técnica;

Anexo IV – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo V – Minuta de Contrato.

Anexo VI – Planilha de Apuração da Proposta Técnica (A):

Anexo VII – Planilha de Apuração da Proposta Técnica (B);

Anexo VIII – Planilha de Apuração da Proposta de Preços.

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar desta licitação as agências de publicidade legalmente registradas e que atenderem a todas as condições editalícias.

2.1.1. Os interessados em participar da licitação deverão atender às condições exigidas no cadastramento no SICAF até o terceiro dia útil anterior à data prevista para recebimento das propostas.

2.1.2. É de responsabilidade do cadastrado conferir a exatidão dos seus dados cadastrais no(s) Sistema(s) relacionado(s) nos itens anteriores e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

2.2. Será concedido tratamento favorecido para as microempresas e empresas de pequeno porte, nos termos previstos da Lei Complementar nº 123, de 2006 e do Decreto nº 8.538, de 2015, considerando que a contratação em tela deve ser direcionada exclusivamente às agências de publicidade.

2.3. Não poderão disputar esta licitação:

2.3.1. Aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);

2.3.2. Autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

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

2.3.4. Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

2.3.5. Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

2.3.6. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

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

2.3.8. Agente público do órgão ou entidade licitante;

2.3.9. Pessoas jurídica reunidas em consórcio ou grupo de empresas nacionais ou estrangeiras com subcontratação ou formas assemelhadas, considerando a ausência de complexidade do objeto licitado e o baixo valor estimado (art. 15, caput, da Lei nº14.133 de 2021);

2.3.9.1. A vedação decorre da ausência de complexidade da execução do objeto e, consequentemente, da inexistência de necessidade de coparticipação de duas ou mais agências para a prestação dos serviços licitados.

2.3.9.2. A vedação quanto à participação de consórcios ou grupo de empresas nacionais ou estrangeiras com subcontratação ou formas assemelhadas no presente procedimento licitatório não limitará a competitividade.

2.3.10. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;

2.3.11. Empresa que se encontre em processo de falência;

2.3.12. Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.

2.4. O impedimento de que trata o subitem 2.3.4 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

2.5. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os subitens 2.3.2 e 2.3.3 poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.

2.6. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.

2.7. O disposto nos subitens 2.3.2 e 2.3.3 não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.

2.8. A vedação de que trata o subitem 2.3.8 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

2.9. A observância das vedações supramencionadas é de inteira responsabilidade do licitante, que se sujeitará às penalidades cabíveis pelo descumprimento.

2.10. A participação neste certame implica em aceitação de todas as condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório.

2.11. A responsabilidade pelo acompanhamento das informações e publicações de documentos relacionados a este Edital é exclusivamente dos interessados em participar do certame.

3. CONSULTAS, ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES AO EDITAL

3.1. O Edital e seus anexos poderão ser obtidos gratuitamente no site da Prefeitura Municipal de Sabará/MG, no endereço eletrônico www.sabara.mg.gov.br; e no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), no endereço eletrônico www.gov.br/pncp/pt-br.

3.2. Toda e qualquer alteração que possivelmente ocorrer neste Edital, tais como: retificação, adendo, suspensão, revogação, anulação, dentre outros, serão publicados no site da Prefeitura Municipal de Sabará/MG, no endereço eletrônico www.sabara.mg.gov.br; e no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), no endereço eletrônico www.gov.br/pncp/pt-br; e, quando for o caso, o extrato dos atos serão publicados nos Diários Oficiais do Estado de Minas Gerais e da União, e em Jornal de Grande Circulação.

3.3. Qualquer pessoa é parte legítima impugnar este Edital por irregularidade na aplicação das Lei Federal nº 12.232/10 e Lei Federal nº 14.133/2021, ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

3.4. Os pedidos de esclarecimentos e impugnações a este Edital deverão ser encaminhados diretamente à Comissão Especial de Licitação por meio do e-mail licitacao@sabara.mg.gov.br.

3.4.1. Não serão conhecidos os esclarecimentos e as impugnações enviadas por outro meio ou canal de comunicação, que não seja o endereço eletrônico mencionado.

3.5. Decairá do direito de impugnar os termos do edital, o proponente/licitante que não o fizer até o terceiro dia útil que anteceder à data de realização da sessão pública, hipótese em que tal situação não terá efeito de recurso.

3.6. As respostas às solicitações de esclarecimentos e impugnações serão divulgadas no site da Prefeitura, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, vinculando todos os participantes e a Administração Pública.

3.7. Acolhida a impugnação, bem como eventuais modificações no edital, implicarão nova divulgação na mesma forma de sua divulgação inicial, além do cumprimento dos mesmos prazos dos atos e procedimentos originais, exceto quando a alteração não comprometer a formulação das propostas, conforme previsão constante no art. 55, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

3.8. A Administração não se responsabilizará pelo envio de informações ou documentos, bem como por situações que se originarem do desconhecimento das regras do Edital e do teor dos documentos publicados.

3.9. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

3.10. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pela Comissão Especial de Licitação, nos autos do processo licitatório.

3.11. As respostas aos pedidos de esclarecimentos vinculam as decisões da Comissão Especial de Licitação e passa a integrar este Edital, independente de transcrição.

4. INFORMAÇÕES SOBRE LOCAL E PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO

4.1. A abertura da licitação ocorrerá na data e horário estabelecido na folha de rosto deste Edital.

4.1.1. Em caso de necessidade, o local poderá ser alterado a critério da Administração Pública, e a sua divulgação será feita no prazo mínimo de 24h (vinte e quatro horas) de antecedência da data agendada para a abertura da sessão pública.



4.1.2. As sessões públicas serão presenciais, considerando a impossibilidade técnica de processamento dos procedimentos por meio da plataforma Licitar Digital (sistema utilizado pela Prefeitura), os quais necessitam de tecnologia específica para realização do upload das propostas, gerador de senhas, chaves de acesso dentre outros requisitos, constantes na IN nº 01/2023 da SECOM, bem como considerando o rito estabelecido pela Lei Federal nº12.232/10, cuja sistemática considera a realização de sessões presenciais, com 5 fases, dentre outras particularidades.

4.1.3. Nos termos do art. 8º da IN 01/2023 da SECOM, as sessões públicas serão gravadas em áudio e vídeo, sendo que a 1ª sessão pública será divulgada apenas após a conclusão do julgamento das propostas técnicas pela subcomissão técnica, considerando a expressa vedação da participação/ciência dos membros da subcomissão técnica na abertura dos envelopes da 1ª sessão.

4.2. A licitação será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, designada por meio da Portaria SEPLAG nº004/2026, de 24 de agosto de 2026, na forma da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

4.2.1. A Comissão Especial de Licitação terá a assessoria dos setores técnicos e da Procuradoria Jurídica da Prefeitura Municipal de Sabará.

4.2.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, selecionada nos termos do Edital de Chamamento Público nº023/2026 para Credenciamento, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas nos termos do art. 10 da Lei 12.232/10.

4.2.3. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão Especial de Licitação.

5. CREDENCIAMENTO DAS EMPRESAS LICITANTES

5.1. As empresas licitantes poderão ser representadas no certame pelo próprio representante legal ou por seu procurador devidamente constituído, devendo apresentar à Comissão Especial de Licitação, no início dos trabalhos, ou seja, no momento da abertura da sessão, os seguintes documentos:

5.1.1. Termo de Credenciamento, conforme modelo constante no Anexo II;

5.1.2. Tratando-se de Representante Legal (sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou tratando-se de sociedade simples, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.1.3. Tratando-se de Procurador, instrumento público de procuração ou instrumento particular assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma do subitem 5.1.1.

5.1.4. O representante legal e ou procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, fora dos envelopes.

5.2. A licitante que não se credenciar, ainda que presente, por conta da apresentação de documentação defeituosa ou faltante, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como não poderá praticar demais atos em seu nome.



5.3. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

5.4. Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/licitante.

6. RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS (ENVELOPES)

6.1. Após à abertura da sessão pública e providenciado o credenciamento dos participantes, proceder-se-á o recebimento dos envelopes 1, 2, 3 e 4 contendo os documentos da Proposta Técnica e Proposta de Preços, observando as seguintes regras:

6.1.1. O **ENVELOPE 1** deverá conter o Plano de Comunicação publicitária (via não identificada) em envelope padronizado oferecido pela Prefeitura sem qualquer identificação.

6.1.1.1. O envelope 1, no qual o subitem 6.1.1 se refere, deverá ser retirado pelo licitante, com antecedência, até as 16h00min do dia anterior marcado para a abertura da sessão pública, na Secretaria Municipal de Planejamento, Desenvolvimento e Gestão (recepção do segundo andar), localizado na Rua Marquês de Sapucaí, nº.317, Centro, Sabará/MG.

6.1.1.2. O envelope 1 não deverá ter fechamento, não deverá ser rubricado, bem como não deverá possuir nenhum escrito, anotação, identificação, marca, sinal, etiqueta, dano, deformação ou qualquer elemento na parte externa.

6.1.2. O **ENVELOPE 2** deverá conter a via identificada do plano de Comunicação Publicitária, conforme modelo abaixo, em papel timbrado da licitante, com o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

ENVELOPE 2

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 027/2026 – MODALIDADE CONCORRÊNCIA

PROCESSO INTERNO Nº 1937/2025

PROPOSTA TÉCNICA (VIA IDENTIFICADA)

NOME DA EMPRESA E CNPJ

6.1.2.1. O envelope 2 deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.2.2. O envelope 2 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste no Plano Comunicação Publicitária, via não identificada (envelope 01), que possibilite a identificação da sua autoria, antes da sua abertura.

6.1.3. O **ENVELOPE 3** deverá conter a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação.

6.1.3.1. O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

6.1.3.2. Não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada (envelope 01), que possibilite a identificação da sua autoria.

6.1.3.3. Fonte Arial 12, folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas.

6.1.3.4. Deverá ser fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 027/2026 – MODALIDADE CONCORRÊNCIA

PROCESSO INTERNO Nº1937/2025

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

NOME DA EMPRESA E CNPJ

6.1.4. O **ENVELOPE 4** deverá conter a proposta de preços, deverá ser opaco, providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características do seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.4.1. Não poderá ter informação marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada (Envelope 1), que possibilite a identificação da autoria deste.

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

ENVELOPE 4

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº027/2026 – MODALIDADE CONCORRÊNCIA

PROCESSO INTERNO Nº1937/2025

PROPOSTA DE PREÇOS

NOME DA EMPRESA E CNPJ

7. CONTEÚDO DOS ENVELOPES

7.1. O ENVELOPE 1 – PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, sem a identificação da licitante, e com os respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em pendrive, elaborados a partir dos critérios a seguir.

7.1.1. Plano de Comunicação Publicitária – será constituído por caderno específico composto dos quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – Anexo IV e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes orientações:

7.1.1.1. Raciocínio Básico será desenvolvido por meio de textos nos quais a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

7.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária será desenvolvida por meio de textos, nos quais a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para comunicação, defendendo os fundamentos de objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a se alcançar os objetivos do *Briefing*, compreendendo:

7.1.1.2.1. Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Prefeitura de Sabará;

7.1.1.2.2. Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: “o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

7.1.1.3. Ideia criativa apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

7.1.1.3.1. Todas as peças ou o material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunstanciados e especificação de cada peça ou material e explicitação das funções táticas que eles podem esperar.

7.1.1.3.2. A relação das peças deverá ser apresentada em dois blocos, sendo que no primeiro bloco, deverão ser relacionados as peças corporificadas, limitadas a 10 (dez) peças e no segundo bloco, as peças não corporificadas, sem número limitado de peças.

7.1.1.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I – Ser apresentados sob a forma de:

- a. roteiro, *leiaute* e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b. protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c. *storyboard* animado ou *animatic* ou *storyboard* impresso, para TV e cinema.

II – Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite.
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablet, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

7.1.1.3.4. Só serão aceitos exemplos de peças ou material não finalizados.

7.1.1.3.5. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

7.1.1.3.6. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridos fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.



7.1.1.3.7. Cada exemplo de peça ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.

7.1.1.3.8. Os *storyboards* animados, *animatics*, protótipos e monstros poderão ser apresentados em pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

a. *storyboards* animados e *animatics*, para TV e cinema: *avi*, *mov*, *wmv*, *mpeg*, *vob*;

b. protótipos e monstros, para rádio: *mp3*, *wma*;

c. protótipos e monstros, para internet: *pdf*, *jpg*, *html*, *mpeg*, *swf* e *mov*.

7.1.1.3.9. Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separados do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequem às dimensões do envelope 1. As peças que não se ajustem às dimensões do envelope 1 poderão ser dobradas.

7.1.1.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura – sem limitação de cores, sem suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

7.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser desenvolvida por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

a. Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indicada no Briefing – Anexo IV.

b. Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.1.1.3.1.

7.1.1.4.1. A simulação do plano de distribuição deverá conter um resumo geral com informações sobre:

a) período de distribuição das peças e ou material;

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

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

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

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

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

7.1.1.4.2. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

7.1.1.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de concorrência;

b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65;

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

d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, 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.: *true views*, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curta, entre outros).

Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram e TikTok, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

7.2. ENVELOPE 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

7.2.1. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. As informações constantes do Plano de Comunicação Publicitária não poderão, em hipótese alguma, ser modificadas em relação à forma apresentada no Envelope 1.

7.3. ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE (Capacidade de atendimento, repertório e relatos de solução de problemas de comunicação)

7.3.1. Os documentos e informações deste envelope NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope 2.

7.3.2. A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser alocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

b.1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência profissional;

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 Município.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

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

e) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia, que serão colocadas regularmente à disposição da Prefeitura, sem ônus adicionais, durante a vigência do contrato.

7.3.2.1. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

7.3.3. REPERTÓRIO

7.3.3.1. O repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

7.3.3.1.1. No caderno específico do repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2020;

b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

c) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente, poderão ter qualquer formato, inclusive dobradas ou não;

d) As peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura seja ou tenha sido signatária;

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

7.3.3.2. A apresentação de peças e/ou materiais em número inferior ao exigido no subitem 7.3.3.1.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

7.3.3.3. A proporcionalidade a que se refere o subitem 7.3.3.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.3.

7.3.3.4. Não há limitação de número de páginas para apresentação do repertório.

7.3.4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

7.3.4.1. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

7.3.3.1.1. As propostas de que trata o subitem 7.3.3.1 devem ter recebido autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

7.3.3.1.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.



7.3.3.1.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura seja ou tenha sido signatária.

7.3.3.1.4. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

7.3.3.1.5. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário, acompanhada de seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.

7.3.3.2. Para cada relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e/ou materiais, não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 7.3.3.1, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, observado o seguinte:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen-drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 7.3.3.1 ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente, poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não;

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

7.4. ENVELOPE 4 – ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.4.1. A proposta de preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo IV, informando:

7.4.1.1. o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores; e

7.4.1.1.2. o percentual de remuneração incidente sobre o valor da contratação de mídia digital, nas formas abaixo:

a) Produção e execução técnica de peças e/ou materiais;

b) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) Intermediação na contratação de mídia digital, nos casos em que esses veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei nº 4.680/65; e

e) O desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, observando-se que se destina a atender à exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto nº 4.563/2002 e no inciso V do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010, que dispõe que a apresentação da Proposta de Preço conterá quesitos representativos das formas de



remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I – Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção, sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, sobre formas inovadoras de comunicação publicitária, nem remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que esses veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão;

II – Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;

III – Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV – O percentual de honorários, assim como o desconto proposto, será de exclusiva responsabilidade da licitante, não lhe assistindo o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V – O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.).

7.4.1.1.2.1. A fixação de um limite máximo para o percentual de desconto a ser proposto pelas agências visa garantir o equilíbrio econômico-financeiro do contrato e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, conforme previsto na legislação vigente. Tal medida evita que propostas inviáveis ou excessivamente reduzidas comprometam a adequada execução dos serviços, resguardando o princípio da eficiência e assegurando que a disputa entre licitantes ocorra dentro de parâmetros técnicos e sustentáveis, sem prejuízo à qualidade da futura prestação contratual.

7.4.2. A proposta de preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

7.4.3. Serão analisadas apenas as propostas de preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.4.4. A classificação das propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionado no subitem 6.4.1, à remuneração sobre mídia digital e ao desconto concedido sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

7.4.5. O prazo de validade da proposta de preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

7.5. ENVELOPE 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.5.1. As licitantes cujas propostas técnica e de preço tenham sido classificadas deverão entregar os documentos de habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão Especial de Licitação.

7.5.2. Os documentos de habilitação deverão estar acondicionados no **ENVELOPE 5**, que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e conter, em sua face externa, os seguintes dizeres:

ENVELOPE 5

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº027/2026 – MODALIDADE CONCORRÊNCIA

PROCESSO INTERNO Nº1937/2025

DOCUMENTO PARA HABILITAÇÃO

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE.

7.5.3. Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos relacionados nos subitens abaixo, desde que atendidos os requisitos das Disposições Gerais sobre os Documentos de Habilitação.

7.5.3.1. Os documentos de habilitação constarão da Cláusula nº 10 deste instrumento convocatório.

8. SESSÕES PÚBLICAS

8.1. Os Envelopes nº 1, 2, 3 e 4 serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e, em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão Especial de Licitação e pelas licitantes presentes.

8.1.1. Não havendo expediente, ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecidos, desde que não haja comunicação da Comissão Especial de Licitação em contrário.

8.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

8.2. PRIMEIRA SESSÃO

8.2.1. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

8.2.1.1. Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

8.2.1.2. Entrega dos Envelopes nº 1, 2, 3 e 4;

8.2.1.2.1. O não recebimento do Envelope nº 1 impedirá o recebimento dos demais envelopes da mesma licitante;

8.2.1.3. Rubrica, no fecho, dos Envelopes nº 2 e 4, que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão Especial de Licitação, devendo ser separados dos Envelopes nº 1 e 3;

8.2.1.4. Retirada e rubrica do conteúdo dos Envelopes nº 1 e 3.

8.2.2. Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será aceito.

8.2.3. A Comissão Especial de Licitação, antes da abertura do **Envelope nº 1**, adotará medidas para **evitar** que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

8.2.4. Abertos os Envelopes nº 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

8.2.5. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **Envelopes nº 1 e 3** observarão os seguintes procedimentos:

- a) Suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação;
- b) Encaminhamento dos envelopes 1 pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica;
- c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária – envelopes 1 devidamente fechados – com a pontuação e justificativa das razões que as fundamentaram, em cada caso;
- d) Encaminhamento dos envelopes 3 pela Comissão de Contratações à Subcomissão Técnica;
- e) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação – envelopes 3 devidamente fechados – com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, em cada caso.

8.2.6. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.4, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito da proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

8.2.7. O disposto no subitem 8.4 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes 2.

8.2.8. As planilhas conterão, respectivamente:

- a) as pontuações e justificativas de cada membro para cada quesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes;
- b) e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

8.3. SEGUNDA SESSÃO

8.3.1. Após o recebimento dos relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública, que terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) Abertura e rubrica do conteúdo do envelope 2, cotejo das vias não identificadas (envelope 1) com as vias identificadas (envelope 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.
- c.1) Executar o sorteio previsto no subitem 8.15, quando for o caso.

8.3.2. Será proclamado o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

8.3.3. Do resultado do julgamento e da classificação ou desclassificação, caberá recurso.

8.3.3.1. Havendo desistência expressa de todos os licitantes do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão Especial de Licitação dará prosseguimento ao certame.

8.4. TERCEIRA SESSÃO:

8.4.1. Decididos os recursos ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Especial de Licitação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço — Envelope 4 — das licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) Abertura dos Envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes;
- c) Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das propostas de menor preço, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando-se em Ata as propostas em ordem de classificação;
- e) Do julgamento das propostas caberá recurso.

8.5. QUARTA SESSÃO:

8.5.1. Decididos os recursos ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Especial de Licitação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos Documentos de Habilitação — Envelope 5 — das licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) Recebimento e abertura dos Envelopes 5 das licitantes classificadas e decisão sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei nº 14.133/21 e exigências fixadas no Edital.
- c) Caso a Comissão Especial de Licitação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão.
- d) Do resultado do julgamento de habilitação e inabilitação caberá recurso.

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS – ENVELOPE 1 - PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

9.2. Serão levados em conta pela Subcomissão, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da proposta, em cada quesito:

9.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

9.2.1.1. Raciocínio Básico (máximo de 30 pontos):

- a) as características do Município de Sabará e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação (7 pts);
- b) A natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal com seus públicos (7 pts);
- c) O papel do Município de Sabará no atual contexto social, político e econômico (8 pts);
- d) O problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Município de Sabará (8 pts).

9.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos)

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal e ao problema e objetivos da comunicação (até 4 pontos);
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito (até 4 pontos);
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal com seus públicos (até 4 pontos);
- d) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta (até 4 pontos);
- e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Sabará e sobre o problema e os objetivos de comunicação, os públicos, os objetivos de marketing e a verba disponível (4 pontos).

9.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)

- a) Adequação ao problema e aos objetivos de comunicação do Município de Sabará (4 pontos);
- b) Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações (4 pontos);
- c) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta (4 pts);
- d) desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados (4 pts);
- e) compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos (4 pts).

9.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 10 pontos)

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (até 2 pontos);
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (até 2 pontos);
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (até 2 pontos);
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal (até 2 pontos);
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças (até 2 pontos).

9.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 5 pontos)

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (até 1 ponto);
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município de Sabará (até 1 ponto);
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do contrato (até 1 ponto);
- d) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal e a licitante, esquematizado na proposta (até 1 pontos);
- e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (até 1 pontos).

9.2.3. Repertório (máximo de 7 pontos)

- a) A ideia criativa e sua pertinência (até 3 pontos);
- b) A clareza e exposição (até 2 pontos);
- c) A qualidade da execução e do acabamento (2 pontos)

9.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 8 pontos)

- a) A evidência de planejamento publicitário (até 2 pontos);
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (até 2 pontos);
- c) A relevância dos resultados apresentados (até 2 pontos);
- d) A concatenação lógica da exposição (até 2 pontos).

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

Quesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		80
Raciocínio Básico	30	
Estratégia de comunicação publicitária	20	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de mídia e não mídia	10	
Capacidade de Atendimento		5
Repertório		7
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		8
Pontuação máxima total		100



9.3.1. A pontuação (em duas casas decimais) do quesito corresponderá à **média aritmética dos pontos** atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

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

9.3.3. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída. Esses relatórios serão assinados por todos os membros da Subcomissão e passarão a compor o processo desta licitação.

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

9.3.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

9.4. Será desclassificada a proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos da proposta técnica;
- c) Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

9.4.1. Serão classificadas as propostas técnicas das licitantes que atenderem a todas as condições a seguir:

- a) não obtiverem nota zero em nenhum quesito;
- b) atenderem as demais exigências deste instrumento convocatório;
- c) obtiverem nota final mínima de 60 (sessenta) pontos.

B) DA PROPOSTA DE PREÇOS E DO SEU JULGAMENTO

9.5. A proposta de preços deverá ser apresentada somente com as informações constantes do Anexo II – Modelo de Proposta de Preços.

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

9.7. As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

9.8. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

- 9.8.1.** Apresentar preços baseados em outra proposta;
- 9.8.2.** Conter qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

9.9. A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços, da qual constarão os seguintes itens:

- a) Honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;

b) Honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;

c) Honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária, com a intermediação e supervisão da agência;

d) Remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunere está com o desconto de agência;

e) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais — SINAPRO/MG, a ser concedido pela agência à Prefeitura Municipal.

9.10. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura, referentes a:

9.10.1. 10.1. Atores e modelos — sobre o cachê original — pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

9.10.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças — sobre o valor original da cessão desses direitos — na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado.

9.11. A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento no prazo de até 30 (trinta) dias, a contar do recebimento da nota fiscal.

9.12. Os preços ofertados pela licitante deverão incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive: materiais de uso e consumo para execução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão de obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

9.12.1. A classificação das propostas se dará da seguinte forma:

a) Percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS	DE
20	Até 10%	
18	11%	
15	12%	
12	13%	
10	14%	
05	15%	

b) Percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os

resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS DE
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- c) Percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS DE
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- d) Percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS DE
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- e) Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, fixado nos limites estabelecidos nos quesitos 6.4.

PONTOS	DESCONTO SOBRE A LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS
20	De 50% ou acima de 50%
15	45% a 49%
12	40% a 44%
10	De 30% a 39%

9.12.2. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações, conforme a fórmula abaixo:

$$NFPC = D1 + D2 + D3 + D4 + D5$$

Onde:

NFPP – Nota Final da Proposta de Preços (Proposta comercial)

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa;

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação;

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação;

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, quando não houver pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação;

D5 – Pontuação aplicada ao desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO).

C) DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.13. A Pontuação final será obtida através da fórmula abaixo:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPP \times 0,30)$$

Onde:

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica;

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço.

9.14. Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico;

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.15. Após a utilização do critério de desempate acima, persistindo o empate, a decisão será tomada por meio de sorteio, a ser realizado em sessão pública.

9.16. Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

9.17. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançado por microempresas e empresas de pequeno porte, seja igual à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada — desde que esta não seja uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

9.18. Ocorrendo empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

10. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. A fase de habilitação sucederá as fases de análise técnica e comercial.

10.2. O licitante declarará e juntará no **Envelope 5**:

10.2.1. Declaração na qual acusa ciência e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;

10.2.2. Declaração de que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;

10.2.3. Declaração de que não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;

10.2.4. Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

10.2.5. Declaração de que não incide nas proibições do art. 14 da Lei Federal n. 14.133/2021.

10.3. O fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa deverá declarar, ainda, em campo próprio do sistema eletrônico, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei n.º 14.133, de 2021.

10.3.1. A empresa de pequeno porte que fizer uso dos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006 deverá apresentar, conforme exigido pela legislação, juntamente com os documentos de habilitação, **declaração de que não se encontra em nenhuma das situações previstas no § 4º do**



artigo 3º da referida Lei. Além disso, deverá declarar que, **no ano-calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.**

10.4. Não poderá se beneficiar do tratamento jurídico diferenciado estabelecido nos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 2006, a pessoa jurídica:

10.4.1. de cujo capital participe outra pessoa jurídica;

10.4.2. que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;

10.4.3. de cujo capital participe pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do art. 3º da referida lei;

10.4.4. cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa não beneficiada pela Lei Complementar nº 123, de 2006, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do art. 3º da referida lei;

10.4.5. cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do art. 3º da referida lei;

10.4.6. constituída sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo;

10.4.7. que participe do capital de outra pessoa jurídica;

10.4.8. que exerça atividade de banco comercial, de investimentos e de desenvolvimento, de caixa econômica, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora ou de distribuidora de títulos, valores mobiliários e câmbio, de empresa de arrendamento mercantil, de seguros privados e de capitalização ou de previdência complementar;

10.4.9. resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;

10.4.10. constituída sob a forma de sociedade por ações.

10.4.11. cujos titulares ou sócios guardem, cumulativamente, com o contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade.

10.5. A falsidade de declarações sujeitará o licitante às sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e neste Edital.

10.6. Os licitantes deverão inserir no Envelope 5, além das declarações, os seguintes documentos de habilitação

a) Prova de inscrição no CNPJ;

b) Registro comercial, no caso de empresa individual ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor e suas alterações, devidamente registrados, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores ou;



c) Cópia dos documentos pessoais do representante legal da empresa e/ou do responsável pela assinatura do instrumento contratual, neste último caso, acompanhado de instrumento de mandato público ou particular, com poderes específicos para tal ato ou;

d) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício ou;

e) Portaria de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

f) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal e Estadual do domicílio ou sede da empresa;

g) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, inclusive, as Contribuições Sociais previstas nas alíneas "a" a "d" do Parágrafo único do art. 11 da Lei n. 8.212/1991;

h) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

i) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;

10.6.1. Os documentos para comprovação da qualificação técnica necessários e suficientes para demonstrar a capacidade técnica do licitante de realizar o objeto da licitação, serão os seguintes:

10.6.1.1. Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, que comprovem o disposto no art. 2º, §1º, inc. I e II, da Lei Federal n.º 12.232/10 e art. 67, §5º, da Lei Federal n.º 14.133/21.

10.6.1.1.1. Os atestados ou certidões deverão ser apresentados no original ou em cópias autenticadas, assinadas por autoridade ou representante de quem os expediu, com identificação do assinante (nome completo e cargo), em papel com timbre do emitente e datado.

10.6.1.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, §1º, da Lei Federal n.º 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

10.6.2. Não serão aceitos protocolos referentes às solicitações feitas às repartições competentes quanto aos documentos acima mencionados, nem cópias ilegíveis ainda que autenticadas.

10.6.3. Os documentos deverão referir-se exclusivamente ao estabelecimento da licitante (matriz ou filial), ressalvada a hipótese de centralização de recolhimento de tributos e contribuições pela matriz, que deverá ser comprovada por documento próprio, e estarem vigentes à época da abertura do Invólucro contendo a documentação.

10.6.4. Toda documentação da licitante deverá se referir ao número de CNPJ da pessoa jurídica que efetivamente irá prestar os serviços, quer seja matriz, quer seja filial (artigo 75, §1º, Lei n.º 10.406/02 - Código Civil Brasileiro).

10.6.5. Na hipótese de não constar prazo de validade nas certidões apresentadas, a Administração aceitará como válidas as expedidas até 60 (sessenta) dias imediatamente anteriores à data de apresentação das propostas.

10.6.6. Todos os documentos farão parte integrante do processo de licitação e poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia legível autenticada ou publicação em órgão da Imprensa Oficial.

10.6.7. Caso as declarações não estejam assinadas, o representante legal ou procurador presente na sessão pública poderá fazê-lo.

10.6.8. A não apresentação dos documentos exigidos neste Edital implicará na inabilitação da licitante.

10.7. Quando permitida a participação de empresas estrangeiras que não funcionem no País, as exigências de habilitação serão atendidas mediante documentos equivalentes, inicialmente apresentados em tradução livre.

10.8. Na hipótese de o licitante vencedor ser empresa estrangeira que não funcione no País, para fins de assinatura do contrato ou da ata de registro de preços, os documentos exigidos para a habilitação serão traduzidos por tradutor juramentado no País e apostilados nos termos do disposto no Decreto nº 8.660, de 29 de janeiro de 2016, ou de outro que venha a substituí-lo, ou consularizados pelos respectivos consulados ou embaixadas.

10.9. Para a comprovação da qualificação econômico-financeira a licitante deverá apresentar os seguintes documentos:

10.9.1. Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do Licitante.

10.9.2. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que demonstrem a situação financeira do Licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

10.9.2.1. As empresas com menos de um ano de existência devem apresentar Balanço de Abertura devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou no órgão de registro equivalente.

10.9.2.2. As empresas com mais de um e menos de dois anos de existência devem apresentar a documentação exigida no item 9.12 relativas ao último exercício social exigível.

10.9.2.3. Serão considerados, na forma da Lei, o balanço patrimonial (inclusive o Balanço de Abertura) e a demonstração contábil dos resultados dos dois últimos exercícios sociais assim apresentados:

- a) Publicados em Diário Oficial; ou
- b) Publicados em Jornal; ou
- c) Por fotocópia do livro Diário, devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou no órgão de registro equivalente, inclusive com Termos de Abertura e de Encerramento; ou
- d) na forma de Escrituração Contábil Digital (ECD) instituída pela Instrução Normativa da RFB n.º 2.003/2021 e suas alterações.

10.9.2.4. Os balanços patrimoniais (inclusive o Balanço de Abertura) e demonstrações contábeis dos resultados dos últimos exercícios sociais deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

10.9.3. Comprovação da boa situação financeira da empresa mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

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

10.9.3.1. As empresas, que apresentarem resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), deverão comprovar capital ou patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação ou do item pertinente

10.9.3.2. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo licitante.

10.9.3.3. Os índices e valores definidos são os usualmente adotados para a avaliação de situação econômico-financeira.

10.9.3.4. Como justificativa para adoção dos índices, apresentamos parte do teor do artigo constante no sítio eletrônico - <http://www.portaldelicitacao.com.br/questoes-sobre-licitacoes/edital/239-indices-de-liquidez-ou-endividamentopara-fins-de-analise-do-balanco.html>, também citado pelo TCE-MG:

"... Realizada pesquisa na legislação específica e em órgãos que promovem procedimentos licitatórios, constatou-se a utilização dos seguintes índices contábeis, conclusivamente, os mais adotados no segmento de licitações: ... Índice de Liquidez Geral (ILG) indica quanto a empresa possui em disponibilidades, bens e direitos realizáveis no curso do exercício seguinte para liquidar suas obrigações, com vencimento neste mesmo período. ... Índice de Liquidez Corrente (ILC) indica quanto a empresa possui em recursos disponíveis, bens e direitos realizáveis a curto prazo, para fazer face ao total de suas dívidas de curto prazo. ... O índice de Solvência Geral expressa o grau de garantia que a empresa dispõe em Ativos (totais), para pagamento do total de suas dívidas. Envolve além dos recursos líquidos, também os permanentes. Para os três índices colacionados (ILG, ILC e ISG), o resultado "> 1" é indispensável à comprovação da boa situação financeira, sendo certo que, quanto maior o resultado (1,20; 1,30; 1,50; etc), melhor será a condição da empresa."

10.10. Somente haverá a necessidade de comprovação do preenchimento de requisitos mediante apresentação dos documentos originais não digitais quando houver dúvida em relação à integridade do documento digital ou quando a lei expressamente o exigir.

10.11. É de responsabilidade do licitante conferir a exatidão dos seus dados cadastrais e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

10.11.1. A não observância do disposto no item anterior poderá ensejar a inabilitação do licitante vencedor.

10.12. A verificação em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

10.13. Todos os licitantes deverão providenciar os documentos de habilitação e apresentá-los no Envelope nº 5, contudo, apenas os envelopes relativos àqueles melhores classificados serão abertos.

10.14. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para fins de complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame ou para atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas.

10.15. Na análise dos documentos de habilitação, a Comissão Especial de Licitação adotará a orientação contida no acórdão n. 1211/2021 do Tribunal de Contas da União.

10.16. Na análise dos documentos de habilitação, a Comissão Especial de Licitação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

10.17. Na hipótese de o licitante não atender às exigências para habilitação, a Comissão Especial de Licitação procederá com a abertura do Envelope 5 da segunda licitante mais bem classificada na média das propostas técnicas e comerciais e assim por diante.

10.18. Os documentos de habilitação do licitante, cuja proposta atenda ao edital de licitação, ficarão disponíveis para acesso público no sistema após concluídos os procedimentos de que trata o subitem anterior.

10.19. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista de Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), assegurar-se-á o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) for declarada vencedora do certame, para a devida e necessária regularização.

10.19.1. A comprovação da regularidade fiscal deverá ser efetuada mediante a apresentação das competentes certidões negativas de débitos, ou positivas com efeitos de negativas.

10.19.2. O prazo previsto para regularização do documento fiscal poderá ser prorrogado por igual período, se requerido pelo licitante e expressamente autorizado pela Administração.

10.19.3. A não regularização da documentação, no prazo deste item, implicará a decadência do direito à contratação.

10.20. Na análise dos documentos de habilitação, a Comissão Especial de Licitação poderá sanar erros ou falhas que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante despacho fundamentado registrado e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

11. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO E DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

11.1. Após o julgamento, a Comissão Especial de Licitação encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, adjudicar e homologar o objeto do certame à empresa vencedora e, após, a adjudicatária será convocada para assinar e retirar o Contrato.

11.2. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do Anexo V deste Edital.

11.3. A adjudicatária deverá, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da convocação, comparecer para assinatura do contrato, observado o prazo de validade da proposta.

11.4. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado por igual período, mediante solicitação expressa da adjudicatária.

11.5. Será facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

11.6. A contratada deverá prestar garantia no valor de 5% (cinco por cento) do valor do contrato, no ato da assinatura, em conformidade com a legislação vigente.

11.7. Nos valores propostos, unitários e globais, estarão inclusos todos os custos operacionais, encargos previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente na execução do objeto.

11.8. Os preços ofertados serão de exclusiva responsabilidade do licitante, **não lhe assistindo o direito de pleitear qualquer alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.**

11.9. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, no pagamento serão retidos na fonte os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

11.10. A apresentação das propostas implica obrigatoriedade o cumprimento das disposições nelas contidas, em conformidade com o que dispõe o *Briefing*, Termo de Referência e anexos, assumindo o proponente o compromisso de executar o objeto licitado nos seus termos, bem como de fornecer os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, em quantidades e qualidades adequadas à perfeita execução contratual, promovendo, quando requerido, sua substituição. **Se verificado, a qualquer momento, que o nível de qualidade ou desempenho dos produtos ou serviços não permite a consecução dos resultados pretendidos pela administração, o proponente contratado deverá, obrigatoriamente, substituí-los ou refazê-los, sob pena de aplicação das sanções contidas no termo de referência.**

11.10.1. O prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

11.11. O descumprimento das regras supramencionadas pela Administração por parte dos contratados pode ensejar a responsabilização pelo Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais ou do Tribunal de Contas da União, a depender da origem dos recursos financeiros e, após o devido processo legal, gerar as seguintes consequências: assinatura de prazo para a adoção das medidas necessárias ao exato cumprimento da lei, nos termos do art. 71, inciso IX, da Constituição; ou condenação dos agentes públicos responsáveis e da empresa contratada ao pagamento dos prejuízos ao erário, caso verificada a ocorrência de superfaturamento por sobrepreço na execução do contrato.

12. DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO E DA FISCALIZAÇÃO

12.1. A Administração designará o Gestor e o(s) Fiscal(ais) para realizar a fiscalização do contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, tendo poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

12.2. O objeto desta licitação será recebido pelo Gestor e pelo(s) Fiscal(ais), conforme disposto no artigo 140 da Lei nº 14.133/2021 e demais normas pertinentes, provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico; e, definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

12.3. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá, conforme o caso:

a) refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição do produto, o refazimento dos serviços ou a rescisão da contratação, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas;

b) na hipótese de substituição do produto ou refazimento dos serviços, exigir que a contratada o faça em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da notificação por escrito, sem que isso implique em quaisquer ônus adicionais para a Prefeitura Municipal;

c) na impossibilidade de substituição ou refazimento, aplicar as sanções cabíveis.

12.4. Os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias, incluindo estudos, análises, planos, peças e demais materiais publicitários que sejam de propriedade exclusiva de empregados ou prepostos da contratada, e que tenham sido concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato, serão cedidos à Prefeitura Municipal.

12.5. Os referidos direitos serão cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país.

12.6. O valor da cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração previstas no contrato.

12.7. Os direitos patrimoniais poderão ser utilizados pela Prefeitura em todas as suas modalidades de uso, seja diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.8. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos autorais e conexos, a Prefeitura solicitará, a quem de direito, a concessão dos respectivos direitos, por prazo, finalidade, território e preço, inclusive nos casos de eventual renovação do contrato.

12.9. A licitante se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os valores referentes à cessão de direitos de uso de obras consagradas incorporadas às peças, bem como os valores referentes à cessão de demais direitos autorais e conexos.

12.10. A Prefeitura será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato decorrente desta licitação, sejam eles passíveis ou não de proteção por Direito de Propriedade Intelectual.

13. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

13.1. O(s) pagamento(s) serão efetuados no prazo de 30 (trinta) dias, contados do recebimento da Nota Fiscal devidamente atestada, observando-se a ordem cronológica dos encargos, ressalvadas as hipóteses previstas nos incisos I a V do §1º do artigo 141 da Lei nº 14.133/2021.

13.2. Caso haja exigência de providências a serem cumpridas pela contratada, a fluência do prazo de pagamento será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data em que tais providências forem devidamente cumpridas, a critério da Administração.



13.3. O pagamento será efetuado por crédito em conta corrente, mediante transferência bancária, ou, excepcionalmente, no Departamento do Tesouro, conforme critério da Administração, nos termos da legislação vigente.

13.4. A Nota Fiscal deverá ser compatível com o contrato social da empresa, sob pena de não ser efetuado o pagamento.

13.5. Para fins de liquidação e pagamento das despesas, deverão ser atendidas todas as exigências legais pertinentes.

13.6. Não será permitido o pagamento antecipado, parcial ou total, relativo a parcelas contratuais vinculadas ao fornecimento de bens ou à prestação de serviços.

13.7. Excepcionalmente, a antecipação de pagamento será permitida se propiciar sensível economia de recursos ou se representar condição indispensável para a obtenção do bem ou para a prestação dos serviços, notadamente quando decorrer da aquisição de espaço/tempo publicitário junto a veículos de divulgação, desde que a concessão de descontos sobre os preços das tabelas públicas dos referidos veículos demonstre efetivo e expressivo benefício à Administração Pública.

14. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante/contratado que, com dolo ou culpa:

14.1.1. Der causa à inexecução parcial do contrato;

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

14.1.3. Der causa à inexecução total do contrato;

14.1.4. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

14.1.5. Apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

14.1.6. Praticar ato fraudulento na execução do contrato;

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

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

14.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

14.2.1. Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, desde que tal inexecução não traga prejuízos diretos aos cofres públicos, aos usuários e destinatários dos serviços públicos ou à execução do serviço ou obra e desde que o fornecedor já não tenha sido advertido em momento anterior, no âmbito do mesmo instrumento contratual.

14.2.2. Impedimento de licitar e contratar:

14.2.2.1. De 06 (seis) meses a 18 (dezoito) meses, quando o contratado:

14.2.2.2. Vencido o prazo de advertência, permanecer inadimplente;

14.2.2.3. Deixar de entregar, no prazo estabelecido no instrumento convocatório, os documentos exigidos para o certame;

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

14.2.2.5. Ofender agentes públicos no exercício de suas funções;

14.2.2.6. Tumultuar a sessão de licitação;

14.2.2.7. Ensejar o retardamento da execução do objeto da licitação; paralisar injustificadamente o serviço, a obra ou o fornecimento de bens, sem motivo justificado;

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

14.2.2.9. Der causa à inexecução parcial do contrato, que cause dano ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo.

14.2.3. De 01(um) ano até 03 (três) anos, quando o fornecedor:

14.2.3.1. Concorrer para o atraso ou inexecução total ou parcial do objeto contratado, de modo a ensejar a extinção do instrumento contratual;

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

14.2.3.3. Der causa à inexecução total do contrato;

14.2.3.4. Receber multa e não efetuar o pagamento;

14.2.3.5. Receber 02 (duas) penalidades de advertência, relativas ao mesmo contrato, em periodicidade inferior a 06 (seis) meses;

14.2.3.6. For reincidente no recebimento de multa relativa ao mesmo contrato, em razão de:

1. Atraso na execução do objeto;

2. Alteração de marca ou quantidade do objeto contratado;

14.2.3.7. Deixar de devolver valores recebidos indevidamente após ser devidamente notificado;

14.2.3.8. Induzir em erro a Administração;

14.2.3.9. Ensejar o cancelamento da Ata de Registro de Preços;

14.2.3.10. Entregar mercadoria deteriorada, danificada ou inadequada para o uso, como se adequada ou perfeita fosse;

14.2.3.11. Não atender às especificações técnicas relativas a bens, serviços ou obras previstas no instrumento contratual;

14.2.3.12. Alterar qualidade ou quantidade da mercadoria fornecida;

14.2.3.13. Prestar serviço de baixa qualidade ou fornecer bens de baixa qualidade.

14.2.4. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, quando cometidas as seguintes infrações:

14.2.4.1. Apresentar declaração ou documentação falsa, adulterada ou fraudada exigida para o certame ou para as contratações diretas ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

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

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

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

14.2.4.5. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal n. 12.846/2013;

14.2.4.6. Frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo do certame;

14.2.4.7. Entregar mercadoria falsificada ou adulterada, como se verdadeira ou perfeita fosse;

14.2.4.8. Alterar substância da mercadoria fornecida;

14.2.4.9. Oferecer vantagens a agentes públicos com o fim de obter benefícios indevidos;

14.2.4.10. Ser condenado definitivamente, na esfera cível ou criminal, pela prática de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos ou encargos sociais inerentes às atividades pertinentes ao contrato firmado com a Administração.

14.2.5. Multa:

14.2.5.1. Moratória de 0,5% por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 dias. O atraso superior a 30 dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021;

14.2.5.2. 10% sobre o valor da nota de empenho ou do contrato, em caso de recusa do adjudicatário em efetuar o reforço de garantia;

14.2.5.3. 30% sobre o valor do fornecimento não realizado/serviço não prestado/etapa de obra não realizada, no caso de atraso superior a 30 dias, ou entrega de objeto com vícios ou defeitos ocultos que o tornem impróprio ao uso a que é destinado, ou diminuam-lhe o valor ou, ainda, fora das especificações contratadas.

14.2.5.4. 20%, em caso de recusa injustificada do fornecedor em assinar o instrumento contratual dentro do prazo estabelecido pela Seção de Licitações, Compras e Contratos ou rescisão do instrumento contratual, calculado sobre a parte inadimplente; e

14.2.5.5. 15% sobre o valor do contrato/nota de empenho/ata, pelo descumprimento de qualquer cláusula do contrato, exceto prazo de entrega.

I. O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo estabelecido para o cumprimento da obrigação, se dia de expediente normal na repartição interessada, ou no primeiro dia útil seguinte.

14.3. A aplicação das sanções previstas nesta cláusula não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante.

14.4. Todas as sanções previstas poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.

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

14.6. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo contratante ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

14.7. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo de 30 dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

14.8. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no Decreto Municipal n. 2.226/2023.

14.9. Na aplicação das sanções serão considerados:

14.9.1. A natureza e a gravidade da infração cometida;

14.9.2. As peculiaridades do caso concreto;

14.9.3. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

14.9.4. Os danos que dela provierem para o Contratante;

14.9.5. A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

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

14.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

15. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

Gestão/Unidade: 002

Fonte de Recursos: 1500

Programa de Trabalho: 04.122.0401.2010

Elemento de Despesa: 3.3.90.40.00.00

16. DOS RECURSOS

16.1. Dos atos da Administração, inclusive dos julgamentos da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e da Habilitação, cabem recursos distintos e em momentos distintos, na forma do disposto no artigo 11, incisos VI, X e XIII da Lei nº 12.232/2010, em face do critério da especialidade desta norma legal. Será aberto prazo de recurso:

- a) Do julgamento das propostas técnicas;
- b) Do julgamento das propostas comerciais;
- c) Do julgamento de habilitação.

16.2. O prazo para interposição de cada um dos recursos possíveis neste certame, relativamente aos julgamentos das fases de Proposta Técnica, Proposta de Preços e Habilitação, será de 03 (três) dias úteis, conforme previsto no artigo 165, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, contado da data da intimação de cada um dos julgamentos.

16.3. Igual prazo de 03 (três) dias úteis será concedido à parte interessada em oferecer impugnação (contrarrazões) ao recurso interposto por uma das licitantes.

16.4. Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser interpostos e entregues mediante petição, devidamente fundamentada, e protocolados até às 16h00min do último dia do respectivo prazo, no Protocolo Geral da Prefeitura.

16.5. Os memoriais de recurso e as contrarrazões poderão ser aceitos por meio eletrônico, através do e-mail licitacao@sabara.mg.gov.br, desde que a peça recursal esteja anexada, devidamente assinada, sendo obrigatória a confirmação de recebimento por resposta do mesmo e-mail.

16.6. Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições estabelecidas neste Edital não terão análise de mérito.

16.7. Não serão conhecidos os recursos enviados pelo correio, telex, fac-símile, correio eletrônico ou por qualquer outro meio de comunicação, caso as petições originais não tenham sido devidamente protocoladas dentro dos prazos legais.

16.8. A Comissão Especial de Licitação reserva-se o direito de, a qualquer momento, consultar os setores técnicos da Administração.

17. DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1. Para dirimir quaisquer questões oriundas desta licitação, fica eleito, por disposição legal, o Foro da Comarca de Sabará, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

17.2. É facultado à Comissão Especial de Licitações ou à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, nos termos da legislação aplicável.

17.3. Fica assegurado ao Município o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, conforme previsto na legislação vigente.

17.4. Serão observadas, ainda, quanto ao procedimento desta Concorrência, todas as disposições constantes na Lei nº 14.133/2021, no que couber, e demais normas complementares aplicáveis à espécie.

17.5. A nulidade do procedimento licitatório implicará na nulidade do contrato dele decorrente, ressalvadas as hipóteses previstas no subitem anterior.

17.6. No caso de desfazimento do processo licitatório, será assegurado o contraditório e a ampla defesa às partes interessadas.

17.7. As interessadas deverão ter pleno conhecimento de todos os elementos constantes deste Edital, bem como das condições gerais e específicas do local onde serão executados os serviços, não podendo alegar, em qualquer hipótese, desconhecimento como justificativa para eventual falha na formulação da proposta ou no cumprimento integral do contrato.

17.8. As licitantes serão integralmente responsáveis pela veracidade, fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do certame, ficando sujeitas às sanções previstas neste Edital, sem prejuízo das sanções civis e/ou criminais cabíveis. A Prefeitura Municipal de Sabará não será, em hipótese alguma, responsável por custos decorrentes da apresentação de documentação falsa ou incorreta, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

17.9. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência, no todo ou em parte, do objeto contratado a agências de publicidade. Poderão ser subcontratadas pessoas físicas ou jurídicas, desde que não sejam agências de publicidade, mediante prévia e expressa autorização da Contratante.

17.10. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e em seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, considerando-se apenas os dias úteis com expediente na Prefeitura Municipal.

17.11. Os demais atos relativos desta licitação serão realizados mediante publicação na Imprensa Oficial e divulgação no site eletrônico da Prefeitura Municipal.

17.12. As normas constantes deste Edital serão interpretadas no sentido de ampliar a competitividade da licitação, respeitada a igualdade de condições entre os participantes, desde que não comprometam o interesse público, a finalidade do certame e a segurança jurídica do procedimento.

17.13. No curso do processo licitatório, o desatendimento de exigências meramente formais que não comprometam a avaliação da qualificação do licitante ou a compreensão do conteúdo de sua proposta não implicará sua exclusão do certame ou a invalidação do processo.

17.14. As partes responderão por perdas e danos decorrentes do inadimplemento de suas obrigações contratuais, além das penalidades previstas na legislação aplicável.

17.15. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

Sabará, 11 de setembro de 2026.

Clayton Luiz Lima Peixoto
Subsecretário Municipal de Governo

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

Previsão no PCA	Ação nº 30
Nível de prioridade conforme PCA	Médio

1.OBJETO E CONDIÇÕES GERAIS DE CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Administração Pública, cujo objetivo é o planejamento e execução de campanhas publicitárias, com o propósito de informar e conscientizar a população sobre políticas públicas, ações governamentais, programas sociais e demais ações de interesse coletivo, e a elaboração de estratégias de comunicação para promover a transparência administrativa e garantir o acesso à informação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste instrumento:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CÓDIGO CEP	UN. MEDIDA	QUANT.
1	CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.	096-32-0010 * 42912	SV	1

1.2. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses contados da assinatura do Contrato, na forma do artigo 105 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

1.2.1. A prestação de serviços é enquadrada como continuado tendo em vista a necessidade da prestação ininterrupta do serviço, pelo atendimento a divulgação de campanhas institucionais, ações governamentais e comunicação com a população, garantindo assim o direito a informação, sendo a vigência plurianual.

1.3. Os quantitativos previstos para esta contratação é de 01 (uma) agência de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade.

1.4. O serviço a ser contratado ou adquirido não será parcelado por se tratar de uma contratação de caráter intelectual.

1.5. Pelo valor estimado da contratação ser superior a R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais), dessa forma, não se aplicará licitação exclusiva para ME – Micro Empresa / EPP – Empresa de Pequeno Porte, nos termos do art. 48, inc. I, da Lei Complementar n.º 123/2006.

2.DESCRICÃO DETALHADA DO OBJETO

O presente Termo de Referência tem por objeto a contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Administração Pública, com o intuito de planejar a execução de campanhas publicitárias, com o propósito de informar e conscientizar a população sobre políticas, ações governamentais, programas sociais e demais ações do interesse coletivo, e a elaboração de estratégias de comunicação para promover a transparência administrativa e garantir o acesso à informação.

Também integram o objeto, o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade

aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação.

3.FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A contratação de serviços de publicidade e propaganda decorre da necessidade de manter a população informada sobre as ações do Governo, incluindo campanhas de utilidade pública, programas sociais, ações de saúde, educação, segurança, entre outros. A publicidade também é uma ferramenta estratégica para promover o bom funcionamento da Administração Pública e a transparência das suas ações. A contratação de uma agência especializada permitirá a Prefeitura contar com um serviço desenvolvido por uma equipe capacitada para desenvolver campanhas criativas e eficazes, utilizando de meios de comunicação adequados para a Administração Pública. Ante o exposto, ressaltamos que, o procedimento da contratação realizar-se-á por Processo Licitatório, na modalidade Concorrência, conforme estabelecido na Lei Federal n.º 12.232/2010 e Lei Federal n.º 14.133/2021.

4.DESCRICÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A solução consiste na contratação de uma agência especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda, com capacidade técnica de planejar, conceber, executar e acompanhar campanhas e ações publicitárias de interesse do MUNICÍPIO. A contratação visa atender à necessidade da comunicação informativa e de utilidade pública, promovendo o bom funcionamento da Prefeitura e a transparência das suas ações. Os serviços deverão ser prestados por meio de briefings específicos emitidos pela Prefeitura, com base nos quais a agência desenvolverá propostas criativas e planos de mídia, submetidos à aprovação prévia do MUNICÍPIO. A presente solução considera a inviabilidade técnica e econômica da execução direta dos serviços pela Prefeitura, tendo em vista a complexidade e especificidade das atividades, que exigem equipe multidisciplinar qualificada e infraestrutura técnica especializada. Dessa forma, a contratação de uma agência de publicidade habilitada representa a alternativa mais vantajosa para a Prefeitura, pois permite a obtenção de resultados mais eficazes na comunicação com a população, garantindo o cumprimento dos princípios constitucionais da publicidade, da eficiência e do interesse público.

5.REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1. Dos requisitos:

5.1.1. Elaboração de estratégias de comunicação integrada;

5.1.2. Criação e desenvolvimento de campanhas publicitárias (conteúdo textual, visual, sonoro e audiovisual);

5.1.3. Produção e finalização de peças publicitárias para diversos meios (TV, rádio, internet, mídia impressa, redes sociais, etc.);

5.1.4. Planejamento, compra e distribuição de mídia pagam;

5.1.5. Monitoramento de resultados das campanhas e elaboração de relatórios;

5.1.6. Apoio em ações promocionais, institucionais ou emergenciais;

5.1.7. Respeito à legislação vigente (Lei Federal n.º 12.232/2010, Código de Ética do CONAR, e outras aplicáveis);

5.1.8. Pessoa jurídica legalmente constituída como agência de publicidade, com CNAE compatível;

5.1.9. Certificação de Qualificação Técnica fornecido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP;

5.1.10. Estrutura física e tecnológica suficiente para atender à demanda contratual.

5.2. Da subcontratação:

5.2.1. É permitida a subcontratação parcial do objeto, até o limite de 60% (sessenta por cento) do valor total do Contrato, nas seguintes condições:

- Está permitida a subcontratação de outras empresas e pessoas físicas, ficando estabelecido a parcela das partes específicas que poderão ser subcontratada no instrumento contratual.

5.2.2. É vedada a subcontratação completa ou da parcela principal da obrigação, de outras agências de publicidade.

5.3. Da garantia do contrato:

5.3.1. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei Federal n.º 14.133/21, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor contratual, conforme regras previstas no Contrato.

5.3.2. A garantia nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada em até 90 (noventa) dias após a assinatura do Contrato.

5.3.3. No caso de seguro-garantia sua apresentação deverá ocorrer, no máximo, até a data de assinatura do Contrato.

6. MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

6.1. Para a execução dos serviços, a CONTRATADA deverá obter aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, na forma de OS (Ordem de Serviços), inclusive para assumir quaisquer despesas decorrentes do Contrato (materiais, bens e serviços), bem como despesas de produção, veiculação e publicidade, mediante amostras, leiautes, provas, etc., que comprovem efetivamente os aspectos técnicos de produtos/serviços contratados.

6.2. A CONTRATADA deverá executar os serviços por meio de pessoal técnico capacitado, realizando-os com seus próprios recursos ou mediante contratação de terceiros, de acordo com as especificações estipuladas pelo MUNICÍPIO.

6.3. O prazo de entrega das propostas de soluções dos serviços solicitados será, em regra, de até 05 (cinco) dias úteis, contados da Ordem de Serviços, podendo ser prorrogado, pelo MUNICÍPIO, mediante justificativa prévia da CONTRATADA e adiantado, em casos de pautas factuais, emergenciais e similares.

6.4. A CONTRATADA deve apresentar, para todos os fluxos e entregas, relatórios de atividades e de desempenhos.

6.5. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao MUNICÍPIO para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

6.6. Pertencem ao MUNICÍPIO as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

6.7. A agência CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 2 (dois) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

7. GARANTIA DOS SERVIÇOS E ASSISTÊNCIA TÉCNICA

7.1. O prazo de garantia contratual dos serviços será de, no mínimo, 12 (doze) meses, contado a partir do primeiro dia útil subsequente à data do recebimento definitivo do objeto, cabendo a contratada reparar ou refazer os serviços realizados durante esse período.

7.2. Durante o prazo de garantia contratual, a contratada poderá ser notificado para realizar reparos ou para refazer o serviço. Decorrido o prazo previsto na notificação, sem o atendimento da solicitação do MUNICÍPIO ou a apresentação de justificativas pela Contratada, fica o MUNICÍPIO autorizado a contratar empresa diversa para executar os reparos ou refazer o serviço, bem como a exigir da Contratada o reembolso pelos custos respectivos, sem que tal fato acarrete a perda da garantia.

8. MODELO DE GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

8.1. O Contrato ou instrumento equivalente oriundo desta contratação terá como responsável:

GESTOR DO CONTRATO: Servidor Sr. Haldley Campolina Vidal, Subsecretário de Governo, Matrícula n.º 32.229, comunicacao@sabara.mg.gov.br, Telefone: (31) 3672-1056

FISCAL DO CONTRATO: Servidora Sra. Tatiana Lourenço Rezende, Gerente de Comunicação Social, Matrícula n.º 34.313, tatiana.rezende@sabara.mg.gov.br, Telefone: (31) 3672-1056

8.2. O Contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei n.º 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

8.3. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do Contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples aditivo.

8.4. A execução do Contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo fiscal do Contrato, ou pelos respectivos substitutos.

8.4.1. O fiscal do Contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do Contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

8.4.2. O fiscal do Contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência.

8.5. A CONTRATADA será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do Contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo MUNICÍPIO.

8.6. Somente a CONTRATADA será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do Contrato.

8.6.1. A inadimplência da CONTRATADA em relação aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transferirá à Administração a responsabilidade pelo seu pagamento e não poderá onerar o objeto do Contrato.

8.7. As comunicações entre a Administração e a CONTRATADA devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

8.8. A Administração poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

8.9. A CONTRATADA deverá manter preposto aceito pela Administração no local do serviço para representá-lo na execução do Contrato.

8.9.1. A indicação ou a manutenção do preposto da empresa poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a empresa designar outro para o exercício da atividade.

8.10. Após a assinatura do Contrato ou instrumento equivalente, o Gestor do Contrato convocará o representante da CONTRATADA para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da CONTRATADA, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

8.11. Antes do pagamento da Nota Fiscal ou da Fatura, deverá ser consultada a situação da empresa junto ao Cadastro de Fornecedores do Município – CFM.

8.11.1. Serão exigidos a Certidão Negativa de Débito (CND) relativa a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF), a Certidão Negativa de Débito Municipal e a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), caso esses documentos não estejam regularizados no CFM.

9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO LICITANTE/CONTRATADO E ACEITABILIDADE DOS PREÇOS

9.1. A modalidade a ser adotada será Concorrência, conforme estabelece a legislação vigente para contratações dessa natureza.

9.2. O critério de julgamento da Concorrência que se deflagará é “TÉCNICA E PREÇO”, critério normativo principal.

9.3. Sugerimos que o procedimento seja de acordo com o MODO DE DISPUTA FECHADO.

10. REALIZAÇÃO DE VISTÓRIA/VISITA TÉCNICA

Considerando a natureza do objeto da contratação, verifica-se que não há necessidade de realização de vistoria ou visita técnica por parte dos licitantes. A exigência deste procedimento, neste caso, não se justifica tecnicamente nem agrega valor à avaliação da proposta, podendo inclusive representar ônus desnecessário e restrição à competitividade. O objeto em questão é plenamente descrito nos documentos técnicos que integram o edital, como o Termo de Referência, os quais fornecem todas as informações necessárias para a formulação de propostas precisas e compatíveis com as exigências do certame, sem que seja necessária a presença física dos licitantes no local.

11. OBRIGAÇÃO DAS PARTES

11.1. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

11.1.1. Executar os serviços conforme especificações do Termo de Referência e de sua proposta, com os recursos necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais;

11.1.2. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados, a critério da Administração;

11.1.3. Fornecer os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade especificadas, nos termos de sua proposta;

11.1.4. Arcar com a responsabilidade civil por todos e quaisquer danos materiais e morais causados pela ação ou omissão de seus empregados, trabalhadores, prepostos ou representantes, dolosa ou culposamente, ao MUNICÍPIO ou a terceiros;

11.1.5. Ceder os direitos patrimoniais relativos ao projeto ou serviço técnico especializado, para que a Administração possa utilizá-lo de acordo com o previsto neste Termo de Referência;

11.1.6. Quando o projeto se referir a obra imaterial de caráter tecnológico, insuscetível de privilégio, a cessão dos direitos incluirá o fornecimento de todos os dados, documentos e elementos de informação pertinentes à tecnologia de concepção, desenvolvimento, fixação em suporte físico de qualquer natureza e aplicação da obra;

11.1.7. Assegurar ao MUNICÍPIO:

11.1.7.1. O direito de propriedade intelectual dos produtos desenvolvidos, inclusive sobre as eventuais adequações e atualizações que vierem a ser realizadas, logo após o recebimento de cada parcela, de forma permanente, permitindo o MUNICÍPIO distribuir, alterar e utilizar os mesmos sem limitações;

11.1.7.2. Os direitos autorais da solução, do projeto, de suas especificações técnicas, da documentação produzida e congêneres, e de todos os demais produtos gerados na execução do Contrato, inclusive aqueles produzidos por terceiros subcontratados, ficando proibida a sua utilização sem que exista autorização expressa do MUNICÍPIO, sob pena de multa, sem prejuízo das sanções civis e penais cabíveis.

11.1.8. Utilizar empregados habilitados e com conhecimentos básicos dos serviços a serem executados, de conformidade com as normas e determinações em vigor;

11.1.9. Apresentar ao MUNICÍPIO, quando for o caso, a relação nominal dos empregados que adentrarão o órgão para a execução do serviço, os quais devem estar devidamente identificados por meio de crachá;

11.1.10. Responsabilizar-se por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas na legislação específica, cuja inadimplência não transfere responsabilidade à Administração;

11.1.11. Instruir seus empregados quanto à necessidade de acatar as orientações da Administração, inclusive quanto ao cumprimento das Normas Internas, quando for o caso;

11.1.12. Relatar à Administração toda e qualquer irregularidade verificada no decorrer da prestação dos serviços;

11.1.13. Não permitir a utilização do trabalho do menor;

11.1.14. Manter durante toda a vigência do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação;

11.1.15. Não transferir a terceiros, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente, as obrigações assumidas, nem subcontratar qualquer das prestações a que está obrigada, exceto nas condições autorizadas no Termo de Referência ou na minuta de Contrato;

11.1.16. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento ao objeto da licitação, observado, se for o caso a respectiva matriz de alocação de riscos.

11.2. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:

11.2.1. Proporcionar todas as condições para que a CONTRATADA possa desempenhar seus serviços de acordo com as determinações do Contrato, do Edital e seus Anexos, especialmente do Termo de Referência;

11.2.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com as cláusulas contratuais;

11.2.3. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

11.2.4. Notificar a CONTRATADA por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção;

11.2.5. Pagar à CONTRATADA o valor resultante da prestação do serviço, na forma do Contrato;

11.2.6. Zelar para que durante toda a vigência do contrato sejam mantidas, em compatibilidade com as obrigações assumidas pela CONTRATADA, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação.

12. AFERIÇÃO E PAGAMENTO

12.1. A avaliação da execução do objeto verificará a adequada qualidade da prestação dos serviços, devendo haver o redimensionamento no pagamento sempre que a CONTRATADA:

a) Não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

b) Deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

12.2. O pagamento será efetuado por meio de ordem bancária emitida por processamento eletrônico, a crédito do beneficiário em conta bancária a ser indicada pela CONTRATADA em sua proposta, no prazo de 30 dias corridos, contados da data do recebimento definitivo, com base na(s) Nota(s) Fiscal(is), devidamente conferidos e aprovados pelo MUNICÍPIO.

12.2.1. O pagamento da Nota Fiscal fica vinculado à sua prévia conferência pelo Fiscal do Contrato.

12.2.2. As Notas Fiscais ou documentos que a acompanharem para fins de pagamento que apresentarem incorreções serão devolvidos à CONTRATADA e o prazo para o pagamento passará a correr a partir da data da reapresentação dos documentos, considerados válidos pelo MUNICÍPIO.

12.2.3. Nas Notas Fiscais deverão vir os dados bancários completos da CONTRATADA, sob pena de não realização do pagamento até a informação dos mesmos, de obrigação da CONTRATADA.

12.3. Para que os pagamentos possam ser efetuados, a CONTRATADA deverá apresentar, junto à Nota Fiscal de produtos/serviços, a seguinte documentação:

I - Documentos comprobatórios da regularidade fiscal e regularidade trabalhista;

II - Termo de Medição ou Relatório de Prestação de Serviços, devidamente atestado e aprovado pelo Fiscal do Contrato e pelo Secretário requisitante.

12.4. Sobre o valor devido a CONTRATADA, a Administração efetuará as retenções tributárias cabíveis.

12.5. Quanto ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), será observado o disposto na Lei Complementar n.º 116, de 2003, e legislação municipal aplicável.

12.6. É vedado a CONTRATADA transferir a terceiros os direitos ou créditos decorrentes do Contrato.

13. DO REAJUSTE

13.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irredutíveis no prazo de 12 (doze) meses, contado da data da anuência da CONTRATADA.

13.2. Após o interregno de 12 (doze) meses, a pedido da CONTRATADA, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pela CONTRATANTE, do IGP-M, INPC ou do IPCA, o que for mais vantajoso para a Administração, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

13.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de 12 (doze) meses, será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

13.4. No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o MUNICÍPIO pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo.

13.5. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

13.6. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

13.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

14. DO REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

14.1. Para a solicitação e comprovação do reequilíbrio econômico-financeiro a CONTRATADA, deverá:

a) Apresentar Nota(s) Fiscal(is) emitida(s) em data próxima à apresentação da proposta e outra de emissão atual (data da solicitação do reequilíbrio);

- b) Indicar o valor que pretende receber a título de reequilíbrio econômico-financeiro;
- c) Sem a apresentação das informações acima, a solicitação não poderá ser analisada por falta de elementos essenciais;
- d) O reequilíbrio econômico-financeiro será concedido mediante aplicação do percentual de lucro auferido na data da apresentação da proposta acrescido do valor atual de compra do produto, como determinado no art. 37, inc. XXI, da Constituição Federal.

15. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

15.1. O valor estimado para contratação é de R\$ 2.471.844,15 (dois milhões, quatrocentos e setenta e um mil, oitocentos e quarenta e quatro reais e quinze centavos), essa estimativa preliminar da contratação foi realizada com o histórico da última contratação, para que se possa mensurar uma quantidade de demanda necessária para esse objeto. Assim sendo, o valor estimado dar-se-á com base no reajuste conforme o Índice Geral de Preços – Mercado, da Fundação Getúlio Vargas – FGV, (IGP-M (FGV)), do valor da última contratação, Contrato n.º 229/2019, no valor de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais). Ressaltasse que diante do volume de projetos e ações que o Município vem realizando, existe uma expectativa de aumento na demanda da Comunicação, e o valor é mensurados de acordo com a tabela SINAPRO, que regulamenta a cobrança de serviços deste setor.

Conforme IN 01/2023 SECOM, considerando o Contrato anterior e o histórico de consumo, estabelecemos de forma detalhada os investimentos publicitários realizados pela Prefeitura

QUADRO RESUMO – INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIO PARA CAMPANHA		
DESTINAÇÃO	VALOR	PERCENTUAL
Gráfica	R\$488.235,92	32,55%
Eletrônica	-	-
Digital	R\$55.667,25	3,17%
PRODUÇÃO	R\$543.903,17	36,26%
DESTINAÇÃO	VALOR	PERCENTUAL
Televisão	-	-
Rádio	-	-
Jornal	R\$32.685,00	2,18%
Revista	-	-
Internet	R\$64.000,00	4,27%
Mídia Exterior	R\$561.526,85	37,44%
Cinema	-	-
Outros	R\$297.884,98	19,86%
MÍDIA	R\$956.096,83	63,74%
TOTAL	R\$1.500.000,00	100%

16. DAS SANÇÕES APLICÁVEIS

16.1. As sanções administrativas aplicáveis à espécie são aquelas elencadas no art. 156, da Lei Federal n.º 14.133/2021, e a recusa da licitante vencedora em assinar o Contrato, dentro do prazo estabelecido pelo MUNICÍPIO, bem como o atraso e a inexecução parcial ou total do Contrato caracterizam descumprimento das obrigações assumidas e permitem a aplicação das seguintes sanções pelo MUNICÍPIO, estabelecendo-se desde logo, o seguinte:

- a) Advertência por escrito;
- b) Multa;
- c) Impedimento de licitar e/ou contratar com a Administração Pública, por até 3 (três) anos, conforme dispõe o art. 156, §4º, da Lei Federal n.º 14.133/2021;

d) Declaração de Inidoneidade para licitar e/ou contratar com a Administração Pública, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, conforme o art. 156, §5º, da Lei nº 14.133/2021.

16.1.1. São consideradas descumprimento parcial ou total das obrigações contratuais:

- a) Não atendimento às especificações técnicas relativas a bens ou serviços previstas em Contrato ou instrumento equivalente;
- b) Retardamento imotivado de fornecimento de bens, ou de serviço ou de suas parcelas;
- c) Paralisação do serviço ou fornecimento de bens, sem justa causa e prévia comunicação ao MUNICÍPIO;
- d) Entrega de mercadoria falsificada, furtada, deteriorada, danificada ou inadequada para o uso, como se verdadeira ou perfeita fosse;
- e) Alteração de qualidade ou quantidade da mercadoria fornecida;
- f) Prestação de serviço de baixa qualidade ou fornecimento de bens de baixa qualidade.

16.1.2. A sanção de multa poderá ser aplicada cumulativamente às demais sanções previstas em lei.

16.1.3. A multa será descontada da garantia do contrato e/ou pagamentos eventualmente devidos à CONTRATADA, após o regular Processo Administrativo.

16.1.4. A multa que se trata o item anterior não impede que o MUNICÍPIO rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções previstas na Lei nº 14.133/2021.

16.1.5. Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a CONTRATADA pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

16.2. A aplicação das penalidades será precedida da concessão da oportunidade de ampla defesa por parte do adjudicatário, na forma da lei.

17. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

17.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Municipal.

17.1.1. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Gestão/Unidade: 002

Fonte de Recursos: 1500

Programa de Trabalho: 04.122.0401.2010

Elemento de Despesa: 3.3.90.40.00.00

17.2. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

Paulo Gabriel Teixeira Mattos Godinho
Assessor Especial III

APROVO ESTE TR E DECLARO QUE TENHO CONHECIMENTO DE TODAS AS SUAS CARACTERÍSTICAS, RATIFICANDO, NESTE ATO, O SEU INTEGRAL CONTEÚDO.

Sabará, 03 de setembro de 2026.

Clayton Luiz Lima Peixoto
Subsecretário Municipal de Governo

APÊNDICE DO ANEXO I - BRIEFING

1.1. A presente Concorrência Pública destina-se à Contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Administração Pública, cujo objetivo é o planejamento e execução de campanhas publicitárias, com propósito de informar e conscientizar a população sobre políticas públicas, ações governamentais, programas sociais e demais ações de interesse coletivo, e a elaboração de estratégias de comunicação para promover a transparência administrativa e garantir o acesso a informação, em conformidade com as especificações e normas oferecidas pela Secretaria Municipal de Governo.

2.1. O presente objeto é a contratação de prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, na compra de mídia e a distribuição de publicidade, na produção de peças publicitárias, peças de comunicação visual, peças de comunicação eletrônica, planejamento de comunicação, pesquisas, desenvolvimento de campanhas publicitárias, divulgação de eventos e campanhas nas mídias de rádio, televisão e imprensa, produção de materiais gráficos e outros elementos de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

2.1.1. Poderá ser exigida, também, prestação de serviços especializados tais como:

- a) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do Contrato;
- b) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) Produção e execução técnica das peças e/ou materiais criados pela agência licitante vencedora.

2.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão como finalidade:

2.1.3. Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Consórcio, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

2.1.4. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

2.1.5. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.6. Não está contemplada no objeto desta licitação a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, vinculado via Diário Oficial.

3.1. Considerando que a propaganda institucional deve ser concebida como o conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral sobre os diversos serviços ofertados pela administração municipal, tendo em vista que: “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços, e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizam promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos” (art. 37, §1º, da Constituição Federal de 1988).

4.1. Objetivos institucionais:

- a) Dar total transparência aos atos e fatos atinentes à Administração Municipal;

- b) Estimular a participação popular nos assuntos que envolvam políticas públicas e prioridades sociais;
- c) Contribuir para o conhecimento e a compreensão das ações do governo municipal;
- d) Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, que envolvam políticas de interesse dos munícipes;
- e) Divulgar de forma institucional as obras e conquistas da administração;
- f) Promover o entrosamento entre o poder público e a população.

5.1. Da demanda de comunicação:

5.1.1. Planejamento, criação, apresentação, produção e execução de um Plano de Comunicação Publicitária abrangendo serviços de publicidade e propaganda com caráter educativo, informativo ou de orientação social;

5.1.2. Realização de publicidade institucional, divulgando as informações sobre atos e programas da Prefeitura Municipal de Sabará/MG;

5.1.3. Prestação de serviços publicitários incluindo planejamento, criação de peças e campanhas, produção, edição diagramação, arte final, divulgação e veiculação em jornais, revistas, rádios, televisão, outdoors e internet, locais e regionais;

5.1.4. Divulgação de palestras, seminários, conferências e solenidades através de folders, informativos, cartazes ou convites;

5.1.5. Elaboração de expressões de propaganda e outros elementos de propaganda visual – fotografia, desenhos, charges, artes gráficas para banners, inclusive peças aplicáveis em páginas da Internet;

5.1.6. Produção e veiculação de SPOTS por meio de radiodifusão (AM/FM) e TV, distribuídos em diversos horários, e inserções em emissora de TV com recepção local;

5.1.7. Além das atividades básicas citadas acima, são incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

5.1.7.1. à criação e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

5.2. Perfil do MUNICÍPIO:

5.2.1. Campanha: DESCUBRA SABARÁ

Sabará, uma charmosa cidade histórica de Minas Gerais, é um verdadeiro tesouro cultural e arquitetônico, que combina história, gastronomia e experiências únicas. Sabará surgiu no final do século XVII, com a busca, pela bandeira de Fernão Dias Paes e seu genro Borba Gato, de esmeraldas da mítica região do Sabarabuçu (montanha resplandecente) e de outros tesouros sonhados por Portugal. Ao longo do itinerário da expedição, foram criados vários arraiais de mineradores, próximo a Rio das Velhas, onde deságua o Rio Sabará.

O sertanista paulista capitão Matias Cardoso de Albuquerque foi eleito líder da equipe de vanguarda da Bandeira das Esmeraldas - por Fernão Dias Paes - para preparar o caminho, abrir picadas, implantar roças e locais de pouso. Depois de muito viajar, Albuquerque encontrou um local favorável para as roças, com fonte de água, livre do perigo das enchentes e um ponto de travessia do rio a pé. Assim, Sabará passou a ser um ponto de pousada para a travessia do sertão. Em 1674, chegou à região a bandeira de Fernão Dias Paes, que iniciou o processo de organização urbana dos núcleos mineradores.

O Arraial da Barra do Sabará tornou-se o centro comercial estratégico diretamente ligado à Estrada Real. Em 1711, foi elevado à condição de Vila Real de Nossa Senhora da Conceição do Sabará, também conhecida por Vila do Sabará. Três anos depois, tornou-se sede da extensa Comarca do Rio das Velhas, uma das quatro primeiras a serem criadas na Capitania das Gerais, abrangendo um território que se estendia até Paracatu e ao Triângulo Mineiro e alcançava os limites com Goiás, Pernambuco e Bahia.

A Vila do Sabará acolheu a Casa de Fundição e, além da atividade mineradora e das funções políticas, fiscais e judiciárias que desempenhava, tornou-se um grande polo comercial e um dos núcleos de mineração da Província que mais ouro encaminhou à Coroa Portuguesa. Com rios e lavras riquíssimos, houve época em que os trabalhos de garimpagem ocupavam milhares de escravos. Em 1822, Sabará contribuiu com significativa importância em dinheiro e voluntários para a luta pela Independência.

Elevada à categoria de cidade em 1838, nesse período foi dividida em Cidade Velha (onde se encontram as igrejas de Nossa Sra. do Ó e Nossa Sra. da Conceição) e Cidade Nova (área que abrange o centro histórico e a parte baixa em direção ao rio). Sua economia permaneceu estável devido à exploração do ouro por companhias estrangeiras, à chegada da ferrovia e ao desenvolvimento dos setores agropecuário, de saúde e educação.

Em 1921, a instalação da Companhia Siderúrgica Belgo-Mineira converteu-a em centro industrial, desencadeando um processo de expansão e modernização que afetou a paisagem urbana herdada do período colonial. No entanto, mantiveram-se preservadas quase todas as suas edificações religiosas, como a Igreja de Nossa Sra. do Carmo, que reúne várias obras de Aleijadinho, e parte do casario séculos XVIII e XIX. Os primeiros tombamentos do patrimônio cultural de Sabará ocorreram em 1938 e 1945.

A Prefeitura deseja incentivar a retomada do turismo local, promovendo seu rico patrimônio histórico, suas tradições culturais e a hospitalidade que encanta visitantes de todas as partes. Com casarões coloniais, igrejas barrocas, eventos culturais vibrantes e uma culinária autêntica, Sabará se destaca como um destino ideal para passeios de um dia. A campanha busca atrair visitantes da região metropolitana de Belo Horizonte e arredores, aproveitando a proximidade geográfica para promover o turismo de curta duração.

5.2.2. Objetivo: Posicionar Sabará como um destino turístico irresistível para passeios de um dia, destacando seu centro histórico, sua rica culinária e a hospitalidade local.

5.2.3. Público-alvo:

- a) Primário: Famílias, casais e grupos de amigos da região metropolitana de Belo Horizonte.
- b) Secundário: Turistas de outras cidades mineiras e estados vizinhos que busquem experiências autênticas e culturais.

5.2.4. Mensagem Principal: “Descubra Sabará: um dia inesquecível entre história, sabor e charme mineiro.”

5.2.5. Pilares da Campanha:

1. Centro Histórico: Promover os casarões coloniais, igrejas barrocas e ruas de pedra como um convite a uma viagem no tempo. Destaque para a Igreja de Nossa Senhora do Ó, um ícone do barroco mineiro, e o Teatro Municipal, um dos mais antigos em funcionamento no Brasil.

2. Gastronomia e Cultura: Ressaltar os bares e restaurantes que oferecem delícias típicas, como o famoso "quibe de Sabará" e pratos à base de jabuticaba. Eventos culturais, como o Festival da Jabuticaba, também são grandes atrativos.

3. Facilidade de Acesso: Enfatizar a proximidade com Belo Horizonte, tornando Sabará uma opção fácil e prática para um bate-volta.

4. Belezas Naturais: Valorizar as trilhas, mirantes e áreas verdes que cercam a cidade, proporcionando uma experiência de contato com a natureza.

5.2.6. Canais de Divulgação:

Redes sociais, rádios, mídia OOH e etc.

5.2.7. Verba: R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)

5.2.8. Período: 30 (trinta) dias

ANEXO II – MODELO DO TERMO DE CREDENCIAMENTO

Por este instrumento, a empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n.º XXX, representada neste ato por seu(s) (qualificação(ões) do(s) outorgante(s), Sr(a). XXX, portador(a) da Cédula de Identidade RG n.º XXX e do CPF n.º XXX, CREDENCIA o (a) Sr(a) XXX, portador(a) da Cédula de Identidade RG n.º XXX e do CPF n.º XXX, a quem confere(m) amplos poderes para representar a (Razão Social da Empresa) perante o Município de Sabará, no que se referir à, Edital de Licitação nº 027/2026, modalidade Concorrência, com poderes para tomar qualquer decisão durante todas as fases do certame, desistir expressamente da intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, manifestar-se imediata e motivadamente sobre a intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, assinar a ata da sessão, prestar todos os esclarecimentos solicitados pela Comissão Especial de Licitação, enfim, praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da Outorgante.

A presente Procuração é válida até o dia XXX.

XXX, XXX de XXX de 2026.

(Assinatura)

Nome

Cargo

OBSERVAÇÃO: Na hipótese de apresentação de procuração por instrumento particular, com firma reconhecida ou assinatura digital, a mesma deverá vir acompanhada do Contrato Social da proponente ou de outro documento, onde esteja expressa a capacidade/competência do outorgante para constituir mandatário.

ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA TÉCNICA

ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO

1. Plano de Comunicação Publicitária – Invólucro nº 1 – Via Não Identificada

1.1. As licitantes apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborada com base no briefing constante do anexo I deste Termo de Referência em 1 (uma) via NÃO IDENTIFICADA – que deverá ser acondicionada no Invólucro nº 1, conforme estabelecido no item 9 deste instrumento.

1.2. O Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverá ser apresentado:

- a) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d) espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”;
- i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito;
- j) sem identificação da licitante.

1.3. As especificações do item 1.2 não se aplicam às peças e material de que trata o item 1.9.3.

1.4. Os subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter gráficos e/ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha da licitante (habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores);
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto de páginas, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

1.6. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, as quais não serão computadas nos limites estipulados para estes subquesitos.

1.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 1.2.

1.7.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro n.º 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no item 9 deste Edital.

1.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n.º 2.

1.9. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing (APÊNDICE DO ANEXO I), observadas as seguintes disposições:

1.9.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de texto de no máximo 3 (três) páginas, contendo o diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do MUNICÍPIO DE SABARÁ para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

1.9.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, através de texto com no máximo 5 (cinco) páginas, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

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

1.9.3. Ideia Criativa: sob a forma de exemplos de peças publicitárias, limitadas a 10 (dez), independente do meio de divulgação, do tipo, ou característica da peça ou material, que corresponderão à resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária de acordo com o briefing. Sendo assim, a ideia criativa deverá buscar solucionar o problema específico de comunicação publicitária.

1.9.4. Os exemplos de peças e ou material de que trata o item 1.9.3:

a) podem ser apresentados sob a forma de: roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio; protótipo ou “monstro”, para peças destinadas a rádio e internet;

b) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema;

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



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

1.9.6. Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou “monstros” poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, pen drive, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da idéia a ser produzida.

1.9.7. Os protótipos ou “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em

1.9.8. quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

1.9.9. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, “monstro” internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

1.9.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe- partout, observando-se as dimensões do Invólucro nº 1.

1.9.11. Para fins de cômputo dos exemplos de peças que podem ser apresentadas, até o limite de que trata o item 1.9.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

1.9.12. Estratégia de Mídia e Não Mídia: a licitante explicitará e justificará a estratégias táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela recomendada e em função da verba disponível e informações constantes do Briefing, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo (que não serão computados no limite acima) que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção (tabela cheia vigente na data de publicação deste) e período de veiculação. Não tem limitação para o número de páginas.

2. Plano de Comunicação Publicitária – Invólucro n.º 2 – Via Identificada

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

3. Conjunto de Informações – Invólucro n.º 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório, Relato de Soluções de Problema de Comunicação)

3.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Conjunto de Informações, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 75 ou 90 gramas, em fonte Arial tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por seu representante legal.

3.2. Os documentos e informações mencionados no item 3.1 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.º 2.

3.2.1. Capacidade de Atendimento

3.2.1.1. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos e imagens, sem limite de páginas, em que a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante com a especificação do período de atendimento e do ramo de atuação de cada um deles.
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido com no mínimo nome, formação e experiência, dos profissionais que serão colocados à disposição da execução dos serviços do Município de Sabará, caso a licitante venha a ser contratada, discriminando as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridas na execução dos serviços, inclusive prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de campanha, materiais publicitários impressos, peças de oportunidade e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Sabará, sem ônus adicionais, na vigência do Contrato.

3.2.2. Repertório (Portfólio)

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

3.2.2.2. O Repertório constituirá um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos/exibidos pela licitante, preferencialmente nos últimos 5 (cinco) anos, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

3.2.2.3. As licitantes deverão apresentar no máximo 10 (dez) peças para os meios de divulgação de qualquer tipo para a solução de comunicação.

3.2.2.3.1. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação das licitantes, título, data de produção, período de veiculação/ exposição/ exibição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs/exibiu.

3.2.2.3.2. As peças eletrônicas e os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em PEN DRIVE; e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

3.2.2.3.3. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Sabará.

3.2.3. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação (cases)

3.2.3.1. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 3.4.3., sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional à prevista na letra “a” do item 5.1, aplicando-se a regra de três simples.

3.2.3.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.º 2.

3.2.3.3. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.2.3.4. Deverão ser apresentados 2 (dois) cases, de no máximo 2 (duas) páginas cada, permitida a inclusão de até 3 (peças) peças de qualquer tipo para cada relato. No caso de peças eletrônicas e/ou os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em PEN DRIVE e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

3.2.3.5. Os dois relatos apresentados não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Sabará.

3.2.3.6. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 3.5.2, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional à prevista na letra “a” do item 5.1, aplicando-se a regra de três simples.

3.2.3.7. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 5, não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.º 2.

4. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

4.1. A Subcomissão Técnica prevista no Capítulo Nono deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

4.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critérios de julgamento técnico, a acuidade da compreensão dos seguintes atributos, para cada quesito, conforme ANEXOS XI e XII – Planilha de Apuração de Proposta Técnica (Planilha “A” – Plano de Comunicação Publicitária e Planilha “B” – Conjunto de Informações):

4.2.1. Plano de Comunicação Publicitária:

Raciocínio Básico:

a) as características do Município de **Sabará** e das suas atividades que sejam significativas para a

comunicação; (7 pontos)

b) a natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Sabará, com seus públicos; (7 pontos)

c) o papel do Município de Sabará no atual contexto social, político e econômico; (8 pontos)

d) o problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Município de Sabará; (8 pontos)

Estratégia de Comunicação:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação do Município de **Sabará** e ao problema e objetivos de comunicação; (4 pontos)

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito; (4 pontos)

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Sabará e seus públicos; (4 pontos)

d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta; (4 pontos)

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Sabará e sobre o problema e os objetivos de comunicação, os públicos, os objetivos de marketing e a verba disponível. (4 pontos)

Ideia Criativa:

a) a adequação ao problema e aos objetivos de comunicação do Município de **Sabará**; (4 pontos)

b) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; (4 pontos)

c) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (4 pontos)

d) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados; (4 pontos)

e) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. (4 pontos)

Estratégia de Mídia e Não Mídia:

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo prioritários; (2 pontos)

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (2 pontos)

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores; (2 pontos)

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos canais de comunicação próprios do Município de Sabará; (2 pontos)

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. (2 pontos)

4.2.2. Conjunto de Informações (Invólucro n.º 3):

Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (1 ponto)
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município de Sabará; (1 ponto)
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (1 ponto)
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o Município de Sabará e a licitante, esquematizado na proposta; (1 ponto)
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Município de Sabará, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (1 ponto)

Repertório (portfólio):

- a) a ideia criativa e sua pertinência; (3 pontos)
- b) a clareza da exposição; (2 pontos)
- c) a qualidade da execução e do acabamento; (2 pontos)

Relatos de Soluções de Problema de Comunicação (cases):

- a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)
- b) a evidência de planejamento publicitário; (2 pontos)
- c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (2 pontos)
- d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)

4.3. A critério do Município de Sabará, as ações de comunicação das licitantes poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, caso as licitantes venham a formalizar contrato de prestação de serviço com o Município de Sabará.

PONTUAÇÃO

1. A avaliação das Propostas Técnicas poderá resultar na pontuação máxima de 100 (cem) pontos.

1.1. Cada quesito poderá atingir a pontuação máxima descrita a seguir:

Invólucro n.º 1

- a) Plano de Comunicação Publicitária
 - I. Raciocínio Básico – 30 (trinta) pontos;
 - II. Estratégia de Comunicação – 20 (vinte) pontos;
 - III. Ideia Criativa – 20 (vinte) pontos;
 - IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez) pontos.

Pontuação Máxima: 80 (oitenta) pontos.

Invólucro n.º 3

I. Capacidade de Atendimento: 05 (cinco) pontos;

II. Repertório (portfólio): 7 (sete) pontos;

III. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação (cases): 08 (oito) pontos.

Pontuação Máxima: 20 (vinte) pontos.

1.2. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá notas individuais, de 0 (zero) até o máximo estabelecido em cada um dos quesitos acima, levando em consideração todos os itens previstos neste anexo.

1.3. A nota final do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, com duas casas decimais, respeitada a pontuação máxima de cada quesito do item 5.1 e o limite máximo definido neste item.

1.4. A nota final de cada licitante corresponderá à soma das notas finais dos quesitos.

1.5. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em Invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do Invólucro n.º 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

1.6. Serão classificadas as Propostas Técnicas das licitantes que atenderem a todas as condições a seguir:

não obtiverem nota 0 (zero) em nenhum quesito;

a) atenderem as demais exigências deste Edital;

b) obtiverem nota final mínima de 60 (sessenta) pontos.

1.7. Para fins de cálculo da campanha institucional simulada (produção e veiculação) a licitante utilizará como referência máxima o montante de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

1.8. Ficará a critério do MUNICÍPIO a decisão sobre a produção e veiculação da campanha institucional publicitária, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.



ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO

1. A licitante deverá apresentar Proposta de Preços informando o percentual de desconto a ser concedido ao CONTRATANTE, conforme estabelecido na Proposta de Preços.
2. No julgamento das Propostas de Preços, a classificação dar-se-á em ordem dos percentuais apresentados, conforme a apuração de proposta de preços.
3. O percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da AGÊNCIA e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
4. O percentual proposto deverá contemplar todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal, de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre o serviço.
5. O prazo de validade das propostas será declarado pela AGÊNCIA, não podendo ser inferior a 90 (noventa) dias, contado da data de sua apresentação.
6. Expirado o prazo de validade das propostas sem convocação para a contratação, as AGÊNCIAS ficam liberadas dos compromissos assumidos, inclusive as vencedoras, que podem se recusar a assinar o contrato, salvo se tiverem dado causa ao atraso.
7. A simples apresentação das propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância às normas legais pertinentes.
8. Serão desclassificadas as propostas que:
 - a) não atenderem às exigências deste Edital e de seus anexos;
 - b) apresentarem irregularidades ou contiverem rasuras, emendas ou entrelinhas;
 - c) que forem apresentadas em desacordo com os termos da Proposta de Preço constante deste anexo;
 - d) apresentarem valores irrisórios ou manifestamente inexequíveis.
9. Não serão consideradas quaisquer cláusulas ou condições especiais no corpo das propostas, oferta de vantagem não prevista neste Edital.
10. Poderão ser admitidas, a critério da Comissão Especial de Licitação, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das propostas e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação.
11. Caso todas as propostas sejam desclassificadas, o MUNICÍPIO poderá fixar o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, excluídas as causas da desclassificação. Todas as AGÊNCIAS classificadas nesta licitação serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local da abertura dos novos Invólucros. Neste caso, o prazo de validade das propostas será contado da nova data de abertura dos Invólucros.

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

Prefeitura Municipal de Sabará

Comissão Especial de Licitação

Ref.: Processo Interno nº 1.937/2025 – Edital de Licitação nº 027/2026 - Concorrência

Razão social: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

CNPJ: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Endereço: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Número de telefone: (xx) xxxx-xxxx

E-mail: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Responsável pela assinatura do contrato: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

OBJETO: Prestação de serviços publicitários, a ser realizado conforme edital e seus anexos.

A presente proposta é válida por xx (xxxxxxxxxxxxxxxxxx) dias, a contar de sua abertura.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente desta licitação, promovida pela Prefeitura Municipal de

Sabará/MG, serão praticados:

- a) Honorários de xx% (xxxx por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) Honorários de xx% (xxxxx por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários de xx% (xxxxxx por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
- d) Remuneração de xx% (xxxxxxx por cento) sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que esses veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei nº 4.680/65;
- e) Desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Sabará sobre os custos internos, baseados na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais xx% (xxxxxxxx por cento);



Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura:

a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Sabará procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

a) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas.

b) Declaramos que comprometemos em enviar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Sabará as vantagens obtidas.

XXX, XXX de XXX de 2026.

(Assinatura)

Nome

Cargo

Observação: A Proposta de Preços deverá atender todas as condições e requisitos constantes no item 10 deste Termo de Referência.



ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO

MINUTA CONTRATUAL Nº ____/2026

PROCESSO INTERNO Nº 1.937/2025

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 027/2026 – MODALIDADE CONCORRÊNCIA

CONTRATO ADMINISTRATIVO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE SABARÁ E A EMPRESA XXXXXXXXXXXXXXXX

O MUNICÍPIO DE SABARÁ, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob o nº 18.715.441/0001-35, com sede no Centro Administrativo Hélio Geraldo de Aquino, situado na Rua Marquês de Sapucaí, nº 317, Centro, Sabará/MG, CEP 34.505-600, neste ato representado pelo Secretário Municipal de Governo, XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, doravante denominado CONTRATANTE, e a empresa XXXXXX, inscrita no CNPJ sob o nº XXXXXX, com sede na Rua XXXXXXXXXXXX, nº XXXXX, Bairro XXXXX, em XXXX/XX, CEP XXXXXXXX, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por seu(sua) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, Sr(a). XXXXXX, portador(a) do CPF nº XXXXXXXX e do RG nº XXXXXXXX, residente e domiciliado(a) em XXXXX/XX, conforme atos constitutivos da empresa OU procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta no Processo Interno nº 1.937/2025 e no Edital de Licitação nº XXX/2026, decorrente da Concorrência Pública nº XXX/2026, e em observância às disposições da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e, subsidiariamente, da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, dos Decretos Municipais nºs 1.787/2023, 1.883/2023, 1.884/2023, 1.931/2023, 2.226/2023, 2.375/2023, 2.451/2024, 2.822/2024, 3.005/2024 e 069/2025, da Lei Complementar Federal nº 123/2006 e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda à Administração Pública Municipal, com o objetivo de planejar e executar campanhas publicitárias destinadas a informar e conscientizar a população sobre políticas públicas, ações governamentais, programas sociais e demais ações de interesse coletivo, bem como elaborar estratégias de comunicação para promover a transparência administrativa e garantir o acesso à informação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no Edital de Licitação nº XXX/2026 e no Termo de Referência (Anexo I).

1.2. Consideram-se serviços publicitários aqueles compreendidos no caput e no §1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, integrando o objeto o conjunto de atividades de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade em veículos e demais meios de divulgação, bem como as atividades complementares de:

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



1.3. Não integra o objeto deste Contrato a divulgação de publicidade legal (publicação de atos, editais e informações determinadas por lei ou regulamento, veiculada por meio de Diário Oficial).

1.4. Todas as disposições constantes da Proposta da CONTRATADA, do Edital e do Termo de Referência e seus anexos integram e vinculam a presente contratação, independentemente de transcrição.

CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

2.1. O presente Contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, nos termos do art. 105 da Lei nº 14.133/2021.

2.2. Os serviços contratados possuem natureza continuada, em razão da necessidade de prestação ininterrupta voltada à divulgação de campanhas institucionais, ações governamentais e comunicação com a população, admitindo-se vigência plurianual.

2.3. O Contrato poderá ser prorrogado, por iguais e sucessivos períodos, desde que haja interesse da Administração e da CONTRATADA, mediante justificativa formal e aprovação da autoridade competente, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010 e do art. 106 da Lei nº 14.133/2021, observado o limite legal de duração.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA REMUNERAÇÃO E DO VALOR ESTIMADO

3.1. A remuneração da CONTRATADA corresponderá à aplicação dos seguintes percentuais, ofertados na Proposta de Preços vencedora do certame, incidentes sobre o valor dos serviços de terceiros e demais bases previstas no Edital:

a) honorários de ____% sobre serviços externos de produção e execução técnica de peças e/ou materiais, intermediados e supervisionados pela CONTRATADA (limite máximo de 15%, nos termos do item 7.4.1.1.2, I, do Edital);

b) honorários de ____% sobre pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, intermediados e supervisionados pela CONTRATADA (limite máximo de 15%);

c) honorários de ____% sobre a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, intermediadas e supervisionadas pela CONTRATADA (limite máximo de 15%);

d) remuneração de ____% sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da CONTRATADA, nos casos em que o veículo não remunere a agência pelo desconto de agência de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 (limite máximo de 20%);

e) desconto de ____% a ser concedido ao CONTRATANTE sobre os custos internos, calculado sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO/MG (desconto mínimo de 30%).

3.2. Ficam definidos, sem sujeição à pontuação da fase de julgamento, os seguintes percentuais máximos a serem pagos pelo CONTRATANTE, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado:

a) até 100% (cem por cento) do cachê original, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e voz;

b) até 100% (cem por cento) do valor original da cessão, aos detentores de direitos patrimoniais de obras consagradas incorporadas às peças.



3.3. Os percentuais definidos nos itens 3.1 e 3.2 são de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, não lhe assistindo o direito de pleitear, na vigência deste Contrato, qualquer alteração sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

3.4. Os percentuais de honorários e o desconto sobre custos internos devem contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços, inclusive despesas de pessoal, administração e encargos sociais, tributários e previdenciários.

3.5. O valor estimado da presente contratação, para o período de 12 (doze) meses, é de R\$ 2.471.844,15 (dois milhões, quatrocentos e setenta e um mil, oitocentos e quarenta e quatro reais e quinze centavos), correspondente ao teto orçamentário de referência, não configurando preço fixo do Contrato, tendo em vista o regime de remuneração por percentuais previsto nesta Cláusula.

CLÁUSULA QUARTA – GARANTIA

4.1. Para assegurar a plena execução do Contrato, a CONTRATADA deverá prestar garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado do Contrato, nos termos do art. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021.

4.2. A garantia poderá ser prestada, a critério da CONTRATADA, em uma das seguintes modalidades: a) caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública; b) seguro-garantia; c) fiança bancária.

4.3. Nas modalidades caução e fiança bancária, a garantia deverá ser apresentada em até 90 (noventa) dias contados da assinatura do Contrato; na modalidade seguro-garantia, a apresentação deverá ocorrer, no máximo, até a data de assinatura do Contrato.

4.4. A garantia deverá ter vigência igual à do Contrato e será renovada a cada prorrogação, quando houver.

4.5. O CONTRATANTE poderá executar a garantia, parcial ou integralmente, em caso de descumprimento das obrigações contratuais pela CONTRATADA, sem prejuízo da aplicação das demais sanções previstas em lei, no Edital e neste Contrato.

CLÁUSULA QUINTA – EXECUÇÃO, GESTÃO, FISCALIZAÇÃO, PRAZOS E RECEBIMENTO

5.1. DA EXECUÇÃO

5.1.1. Os serviços deverão ser executados mediante prévia aprovação do CONTRATANTE, formalizada por meio de Ordem de Serviço – OS, inclusive para a realização de despesas de produção, veiculação e publicidade.

5.1.2. O prazo para apresentação, pela CONTRATADA, das propostas de solução para os serviços solicitados será, em regra, de até 5 (cinco) dias úteis, contados da respectiva OS, podendo ser prorrogado pelo CONTRATANTE, mediante justificativa prévia da CONTRATADA, ou reduzido em casos de pautas factuais, emergenciais ou similares.

5.1.3. Os serviços poderão ser executados diretamente pela CONTRATADA, por meio de sua equipe técnica e recursos próprios, ou por terceiros, nos limites e condições previstos na Cláusula Sexta, sempre sob supervisão e responsabilidade integral da CONTRATADA.

5.1.4. A CONTRATADA responderá integralmente pelo resultado dos serviços prestados por terceiros, inclusive quanto à observância de prazos, padrões de qualidade e cessão de direitos autorais ao CONTRATANTE.

5.2. DO RECEBIMENTO PROVISÓRIO E DEFINITIVO



5.2.1. O objeto será recebido provisoriamente pelo Fiscal do Contrato, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico, nos termos do art. 140 da Lei nº 14.133/2021.

5.2.2. O recebimento definitivo ocorrerá após a validação técnica dos materiais e indicadores de desempenho (KPIs), a correção de eventuais inconformidades e a emissão de termo detalhado por servidor ou comissão designada, sendo condição para a liquidação da despesa.

5.3. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

5.3.1. Nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021, a execução do Contrato será acompanhada pelos seguintes representantes do CONTRATANTE, designados no Termo de Referência: a) Gestor do Contrato: XXXXX; b) Fiscal do Contrato: XXXXXXX.

5.3.2. Após a assinatura do Contrato, o Gestor convocará o representante da CONTRATADA para reunião inicial de apresentação do plano de fiscalização, contendo as obrigações contratuais, os mecanismos de fiscalização, o método de aferição de resultados e as sanções aplicáveis.

5.3.3. O Fiscal do Contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução, determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos, e comunicará à autoridade competente as situações que ultrapassem sua competência.

CLÁUSULA SEXTA – SUBCONTRATAÇÃO

6.1. É permitida a subcontratação parcial do objeto, limitada a 60% (sessenta por cento) do valor total do Contrato, exclusivamente de pessoas físicas ou jurídicas que não sejam agências de publicidade, mediante prévia e expressa autorização do CONTRATANTE, indicando-se as parcelas específicas a serem subcontratadas.

6.2. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência, total ou da parcela principal do objeto, a outra agência de publicidade.

6.3. A CONTRATADA manterá responsabilidade integral pela execução e pelos resultados dos serviços subcontratados, respondendo por eventuais prejuízos causados ao CONTRATANTE ou a terceiros.

CLÁUSULA SÉTIMA – PAGAMENTO

7.1. O pagamento será efetuado no prazo de 30 (trinta) dias, contados do recebimento definitivo do objeto e da apresentação da Nota Fiscal devidamente atestada pelo Fiscal do Contrato, observada a ordem cronológica de exigibilidade prevista no art. 141 da Lei nº 14.133/2021, ressalvadas as hipóteses dos incisos I a V do §1º do mesmo artigo.

7.2. O pagamento será realizado por crédito em conta corrente da CONTRATADA, mediante transferência bancária, ou, excepcionalmente, no Departamento do Tesouro Municipal, conforme critério da Administração.

7.3. Para fins de pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar, junto à Nota Fiscal: a) documentos comprobatórios da regularidade fiscal e trabalhista; b) Termo de Medição ou Relatório de Prestação de Serviços, atestado pelo Fiscal do Contrato e aprovado pelo Secretário requisitante; c) quando aplicável, notas fiscais, autorizações, comprovantes de veiculação, relatórios de checagem, cópias de materiais veiculados e demais comprovantes previstos no Edital.

7.4. Antes de cada pagamento, será consultada a situação da CONTRATADA junto ao Cadastro de Fornecedores do Município – CFM, sendo exigidas, quando não regularizadas no CFM: CND relativa a

Créditos Tributários Federais e a Dívida Ativa da União, CRF do FGTS, Certidão Negativa de Débito Municipal e CNDT.

7.5. Constatado erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE poderá devolvê-la para correção, reiniciando-se a contagem do prazo de pagamento a partir da reapresentação regularizada, ou efetuar o pagamento com glosa da parte considerada indevida.

7.6. É vedado o pagamento direto a terceiros, cabendo exclusivamente à CONTRATADA gerir suas obrigações contratuais e financeiras com fornecedores, sendo-lhe vedado transferir a terceiros os direitos ou créditos decorrentes deste Contrato.

7.7. A CONTRATADA deverá repassar aos fornecedores os valores recebidos do CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias após o respectivo recebimento, sob pena de responsabilização exclusiva, sem repasse de encargos, multas ou juros por atraso a eles imputável.

7.8. Excepcionalmente, será admitida a antecipação de pagamento quando propiciar sensível economia de recursos ou representar condição indispensável à prestação dos serviços, notadamente na aquisição de espaço/tempo publicitário, desde que demonstrado efetivo benefício ao CONTRATANTE.

7.9. Todas as vantagens obtidas em negociações de compra de mídia, diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluindo descontos e bonificações em tempo, espaço ou reaplicações concedidos pelo veículo, pertencem ao CONTRATANTE e deverão ser integralmente repassadas.

CLÁUSULA OITAVA – REAJUSTE

8.1. Os preços/percentuais inicialmente contratados são fixos e irredutíveis pelo prazo de 12 (doze) meses, contado da data de assinatura do Contrato.

8.2. Após o interregno de 12 (doze) meses, mediante pedido da CONTRATADA, os valores serão reajustados exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade, mediante a aplicação, pelo CONTRATANTE, do índice IGP-M, INPC ou IPCA, dentre os quais será escolhido, no momento de cada reajuste, o que se revelar mais vantajoso para a Administração, nos termos do item 13.2 do Termo de Referência.

8.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de 12 (doze) meses será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste concedido.

8.4. Em caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença tão logo seja divulgado o índice definitivo, que deverá obrigatoriamente ser utilizado nas aferições finais.

8.5. O reajuste será realizado por apostilamento.

CLÁUSULA NONA – DO REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

9.1. Para solicitação de reequilíbrio econômico-financeiro, nos termos do art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, a CONTRATADA deverá apresentar Nota Fiscal emitida em data próxima à apresentação da proposta e outra de emissão atual, indicando o valor pretendido, sob pena de a solicitação não ser conhecida por ausência de elementos essenciais.

9.2. O reequilíbrio será concedido mediante aplicação do percentual de lucro auferido na data de apresentação da proposta, acrescido do valor atual do bem ou serviço.

CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DOS SERVIÇOS E ASSISTÊNCIA TÉCNICA



10.1. O prazo de garantia dos serviços será de, no mínimo, 12 (doze) meses, contado do primeiro dia útil subsequente ao recebimento definitivo do objeto, cabendo à CONTRATADA reparar ou refazer, sem ônus para o CONTRATANTE, os serviços que apresentarem vícios, defeitos ou incorreções.

10.2. Notificada para reparo ou refazimento, e decorrido o prazo assinalado sem atendimento ou justificativa aceita pelo CONTRATANTE, este poderá contratar terceiros para a execução dos reparos, exigindo da CONTRATADA o reembolso dos custos respectivos, sem prejuízo da garantia contratual.

10.3. Identificada falha técnica ou inadequação às especificações aprovadas, a CONTRATADA deverá refazer ou corrigir o serviço, sem ônus para a Administração, no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, ou em prazo diverso fixado pelo Fiscal, conforme a complexidade da correção.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

11.1. Proporcionar todas as condições necessárias para que a CONTRATADA possa desempenhar seus serviços de acordo com o Contrato, o Edital e seus Anexos, especialmente o Termo de Referência;

11.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA;

11.3. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços por meio do Gestor e do Fiscal designados, anotando em registro próprio as falhas detectadas;

11.4. Aprovar, previamente e por escrito, os trabalhos a serem executados e os respectivos custos, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da solicitação da CONTRATADA;

11.5. Notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre eventuais imperfeições no curso da execução, fixando prazo razoável para correção;

11.6. Cumprir tempestivamente os compromissos financeiros perante a CONTRATADA, respeitada a ordem cronológica de exigibilidade prevista no art. 141 da Lei nº 14.133/2021;

11.7. Fornecer à CONTRATADA todos os elementos e informações necessários à execução dos serviços, inclusive briefings específicos;

11.8. Zelar para que, durante toda a vigência do Contrato, sejam mantidas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação;

11.9. Divulgar, no sítio oficial do Município e no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), as informações sobre a execução do Contrato, com atualização mínima mensal, assegurando transparência e livre acesso a qualquer interessado.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

12.1. Executar os serviços contratados conforme especificações do Edital, do Termo de Referência e de sua Proposta, com os recursos necessários ao perfeito cumprimento das obrigações;

12.2. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas e no prazo fixado pelo Fiscal (observado o disposto no item 10.3), os serviços com vícios, defeitos ou incorreções;

12.3. Orientar-se pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, pelas normas do CONAR e pelo Código de Defesa do Consumidor, observando em todos os trabalhos a vedação de promoção pessoal de agentes públicos, nos termos do art. 37, §1º, da Constituição Federal;



12.4. Cumprir integralmente a Lei nº 13.709/2018 (LGPD), adotando medidas técnicas e administrativas de proteção de dados pessoais e comunicando ao CONTRATANTE incidentes de segurança em até 48 (quarenta e oito) horas;

12.5. Indicar, por escrito, preposto com poderes suficientes para representá-la perante o CONTRATANTE, podendo sua manutenção ser recusada mediante justificativa, hipótese em que outro deverá ser indicado;

12.6. Utilizar, na execução dos serviços, os profissionais indicados em sua Proposta Técnica, admitida substituição apenas por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE;

12.7. Envidar esforços para obter as melhores condições comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação, repassando integralmente ao CONTRATANTE os descontos, bonificações e demais vantagens negociadas, inclusive o desconto de agência de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65;

12.8. Submeter à aprovação prévia e por escrito do CONTRATANTE os trabalhos a serem executados e os respectivos custos;

12.9. Apresentar as tabelas de preços vigentes dos veículos de comunicação, com políticas de desconto e bonificação, antes da escolha destes, bem como a tabela de referência do SINAPRO/MG na assinatura do Contrato e a cada atualização;

12.10. Realizar cotação prévia para os serviços de terceiros, apresentando, em regra, no mínimo 3 (três) cotações, admitida justificativa técnica quando inviável;

12.11. Manter, por 2 (dois) anos após a extinção do Contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, incluindo as respectivas licenças e autorizações de uso;

12.12. Não transferir a terceiros, nem mesmo parcialmente, as obrigações assumidas, nem subcontratar qualquer das prestações a que está obrigada, exceto nas condições previstas na Cláusula Sexta;

12.13. Cumprir a legislação trabalhista, previdenciária, fiscal e securitária relativamente a seus empregados e, quando houver, aos de terceiros subcontratados, respondendo com exclusividade pelos respectivos encargos, sem que a inadimplência transfira responsabilidade ao CONTRATANTE ou onere o objeto do Contrato;

12.14. Manter, durante toda a execução do Contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

12.15. Manter sigilo absoluto sobre as informações do CONTRATANTE a que tiver acesso, observadas a LGPD e as políticas de segurança da informação vigentes;

12.16. Responder pelos danos causados diretamente ao CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de sua ação ou omissão dolosa ou culposa, não excluída ou reduzida essa responsabilidade pela fiscalização ou pelo acompanhamento exercido pelo CONTRATANTE;

12.17. Assumir, com exclusividade, os tributos, contribuições previdenciárias e demais encargos decorrentes da execução do objeto;

12.18. Apresentar, quando solicitado, comprovação de regularidade trabalhista, previdenciária e fiscal;

12.19. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua Proposta, inclusive custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los caso o previsto inicialmente não seja satisfatório à execução do objeto.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS DIREITOS AUTORAIS E PATRIMONIAIS

13.1. Os direitos patrimoniais de uso das ideias, estudos, análises, planos, peças e demais materiais publicitários concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste Contrato, inclusive por empregados, prepostos ou subcontratados da CONTRATADA, serão cedidos ao CONTRATANTE de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país, sem limitação temporal ou territorial, salvo disposição específica aprovada pelo CONTRATANTE.

13.2. O valor da cessão de que trata esta Cláusula está integralmente incluído nas modalidades de remuneração previstas na Cláusula Terceira.

13.3. Os direitos patrimoniais poderão ser utilizados pelo CONTRATANTE em todas as modalidades de uso, diretamente ou por intermédio de terceiros, sendo o CONTRATANTE o único proprietário das peças e demais materiais físicos e/ou digitais decorrentes deste Contrato, passíveis ou não de proteção por direito de propriedade intelectual.

13.4. A CONTRATADA responderá por ações de terceiros relativas a direitos autorais, marcas, softwares, imagem e voz, isentando o CONTRATANTE, e deverá apresentar comprovação das respectivas licenças e autorizações de uso (incluindo ECAD, bancos de imagens, áudio e fontes), fazendo constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos com cachês e com a cessão de direitos de obras consagradas e demais direitos autorais e conexos.

13.5. Quando necessárias contratações que envolvam direitos autorais e conexos, o CONTRATANTE solicitará, a quem de direito, a concessão dos respectivos direitos, por prazo, finalidade, território e preço, inclusive em caso de eventual renovação contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a CONTRATADA que, com dolo ou culpa: a) der causa à inexecução parcial do Contrato; b) der causa à inexecução parcial do Contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo; c) der causa à inexecução total do Contrato; d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto sem motivo justificado; e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do Contrato; f) praticar ato fraudulento na execução do Contrato; g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza; h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

14.2. Serão aplicadas à CONTRATADA que incorrer nas infrações acima as seguintes sanções:

I – Advertência por escrito, quando der causa à inexecução parcial do Contrato, sem prejuízos diretos aos cofres públicos, aos usuários ou à execução do serviço, e desde que não tenha sido advertida anteriormente no mesmo instrumento contratual;

II – Impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública: a) de 6 (seis) a 18 (dezoito) meses, nas hipóteses das alíneas "b" e "d" do item 14.1, bem como nos casos de retardamento, paralisação injustificada do serviço, não manutenção da proposta ou não celebração do Contrato quando convocada, sempre que não se justificar penalidade mais grave; b) de 1 (um) a 3 (três) anos, nas hipóteses de reincidência, inexecução total do Contrato (alínea "c"), inexecução parcial com grave dano, ou não pagamento de multa aplicada;

III – Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, pelo prazo mínimo de 3 (três) e máximo de 6 (seis) anos, nas hipóteses das alíneas "e", "f", "g" e "h" do item 14.1;

IV – Multa: a) moratória de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias, autorizando o atraso superior a esse limite a extinção do Contrato por descumprimento, nos termos do art. 137, I, da Lei nº 14.133/2021; b) de 10% (dez por cento) sobre o valor da nota de empenho ou do Contrato, em caso de recusa da CONTRATADA em efetuar o reforço da garantia; c) de 30% (trinta por cento) sobre o valor do serviço não prestado, no caso de atraso superior a 30 (trinta) dias, ou de entrega de objeto com vícios ou defeitos ocultos que o tornem impróprio ao uso, diminuam-lhe o valor ou o coloquem fora das especificações contratadas, bem como na inexecução total do Contrato; d) de 20% (vinte por cento), calculados sobre o valor do Contrato ou da parte inadimplente, em caso de recusa injustificada em assinar o Contrato dentro do prazo estabelecido, ou de rescisão contratual por culpa da CONTRATADA; e) de 15% (quinze por cento) sobre o valor do Contrato, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, exceto prazo de entrega.

14.2.1. O atraso, para efeito de cálculo da multa moratória, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao vencimento do prazo estabelecido, prorrogando-se para o primeiro dia útil seguinte se recair em dia sem expediente.

14.3. A aplicação das sanções previstas nesta Cláusula não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao CONTRATANTE, podendo todas as sanções ser aplicadas cumulativamente com a multa.

14.4. Antes da aplicação de multa, será facultada defesa à CONTRATADA no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da intimação.

14.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor eventualmente devido pelo CONTRATANTE, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia ou cobrada judicialmente.

14.6. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo de 30 (trinta) dias, contado do recebimento da comunicação da autoridade competente.

14.7. A aplicação das sanções observará o procedimento previsto no Decreto Municipal nº 2.226/2023 e, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade, o rito do art. 158 da Lei nº 14.133/2021, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

14.8. Na aplicação das sanções serão consideradas a natureza e a gravidade da infração, as peculiaridades do caso concreto, as circunstâncias agravantes ou atenuantes, os danos causados ao CONTRATANTE e a existência de programa de integridade.

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – EXTINÇÃO CONTRATUAL

15.1. O Contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas as obrigações de ambas as partes.

15.2. O Contrato poderá ser extinto antes do prazo fixado, sem ônus para o CONTRATANTE, por algum dos motivos previstos no art. 137 da Lei nº 14.133/2021, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.



15.3. O Contrato poderá, ainda, ser extinto caso se constate que a CONTRATADA mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação, na fiscalização ou na gestão do Contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, nos termos do art. 14, IV, da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

16.1. As despesas decorrentes desta contratação correrão à conta de recursos consignados no Orçamento Municipal, sob a seguinte dotação: Gestão/Unidade: 002; Fonte de Recursos: 1500; Programa de Trabalho: 04.122.0401.2010; Elemento de Despesa: 3.3.90.40.00.00.

16.2. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após a aprovação da respectiva Lei Orçamentária e a liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – CASOS OMISSOS

17.1. Os casos omissos serão decididos pelo CONTRATANTE, segundo as disposições da Lei nº 12.232/2010, da Lei nº 14.133/2021 e demais normas federais aplicáveis, e, subsidiariamente, segundo a Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) e os princípios gerais dos contratos administrativos.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – ALTERAÇÕES

18.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133/2021.

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

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – PUBLICAÇÃO

19.1. Incumbirá ao CONTRATANTE divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma do art. 94 da Lei nº 14.133/2021, bem como no sítio oficial do Município na internet, em atenção ao art. 91, caput, da mesma Lei.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – FORO

20.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Sabará, Estado de Minas Gerais, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir os litígios decorrentes da execução deste Contrato que não puderem ser resolvidos por conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

E, por estarem justas e contratadas, as partes assinam o presente instrumento em 2 (duas) vias de igual teor, na presença das testemunhas abaixo.

Sabará, ____ de _____ de 2026.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Secretário Municipal de Governo – CONTRATANTE

Visto Jurídico: _____

XXXXXXXXXXXXX

EMPRESA CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1) _____ 2) _____





ANEXO VI - PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (A)

Invólucro nº 1

Avaliador:

Licitante:

(nesse caso de análise das vias não identificadas, colocar Agência 1, Agência 2, etc.)

Plano de Comunicação Publicitária/Nota Máxima = 80 (oitenta) pontos

1. Raciocínio Básico: 0 à 30 (zero à trinta)

- a) as características do Município de **Sabará** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação;
- b) a natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Sabará, com seus públicos;
- c) o papel do Município de Sabará no atual contexto social, político e econômico;
- d) o problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Município de Sabará.

Justificativa:

2. Estratégia de Comunicação Publicitária: 0 à 20 (zero à vinte)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação do Município de **Sabará** e ao problema e objetivos de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Sabará e seus públicos;
- d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;
- e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Sabará e sobre o problema e os objetivos de comunicação, os públicos, os objetivos de marketing e a verba disponível

Justificativa:

3. Ideia Criativa: 0 à 20 (zero a vinte)

- a) a adequação ao problema e aos objetivos de comunicação do Município de **Sabará**;
- b) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- c) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- d) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças



apresentados;

e) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

Justificativa:

4. Estratégia de Mídia e não Mídia: 0 à 10 (zero à dez)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos canais de comunicação próprios do Município de Sabará;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.

Justificativa:

TOTAL DA NOTA TECNICA A (SOMA DOS ITENS 1, 2, 3 E 4): _____



ANEXO VII - PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (B)

Invólucro nº 3

Avaliador:

Licitante:

Conjunto de Informações: Capacidade de Atendimento, Repertório (portfólio) e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação (cases). Nota Máxima = 20 (Vinte) pontos

1. Capacidade de Atendimento: 0 à 5 (zero a cinco)

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município de Sabará;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o Município de Sabará e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação e das pesquisas de audiência, da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Sabará, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

Justificativa:

2. Repertório (portfólio): 0 a 7 (zero a sete)

- a) a ideia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza da exposição;
- c) a qualidade da execução e do acabamento.

Justificativa:

3. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação (cases): 0 a 8 (zero a oito)

- a) a concatenação lógica da exposição;
- b) a evidência de planejamento publicitário;
- c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) a relevância dos resultados apresentados.

Justificativa:

TOTAL DA NOTA TÉCNICA B (SOMA DOS ITENS 1,2 E 3): _____

ANEXO VIII - PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

a) Percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

b) Percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

c) Percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

d) Percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

e) Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, fixado nos limites estabelecidos nos quesitos 6.4.

PONTOS	DESCONTO SOBRE A LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS
20	De 50% ou acima de 50%
15	45% a 49%
12	40% a 44%
10	De 30% a 39%

17.15.1. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações, conforme a fórmula abaixo:

$$NFPC = D1 + D2 + D3 + D4 + D5$$

Onde:

NFPP – Nota Final da Proposta de Preços (Proposta comercial)

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa;

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação;

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação;

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, quando não houver pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação;



D5 – Pontuação aplicada ao desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO).

