



PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABIRITO
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
EDITAL - CONCORRÊNCIA N.º 90008/2025

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º: 026/2025

OBJETO: Prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite 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.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Técnica e preço

DATA E HORÁRIO DA SESSÃO: A sessão pública de processamento da Concorrência será realizada, no 12 de maio de 2025, às 13 (treze) horas, na Sala 1 do Centro Administrativo Municipal, situado à Rua Getúlio Vargas, n.º 323, Centro, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-072. Os envelopes contendo os documentos serão recebidos no endereço mencionado, na sessão pública de processamento desta licitação.

FUNDAMENTO LEGAL:

Lei Federal n.º 12.232/2010;

Lei Federal n.º 14.133/2021 e suas alterações;

Lei Complementar n.º 123/2006, alterada pela Lei Complementar n.º 147/2014;

Lei Federal n.º 4.680/1965;

Decreto Federal n.º 57.690/1966;

Decreto Municipal n.º 14.754/2023;

Decreto Municipal n.º 15.958/2024.

PREÂMBULO:

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABIRITO**, por meio de sua Secretaria Municipal de Comunicação, torna público a quem possa interessar, que por ordem do Sr. Prefeito Municipal, acha-se aberta a **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, conforme objeto do certame adiante discriminado, ficando o edital e seus anexos à disposição dos interessados na Prefeitura de Itabirito, localizada à Av. Queiroz Júnior, n.º 635, Praia, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-228, mesmo local onde os participantes deverão entregar, na data do certame, os envelopes contendo os documentos e propostas.



A presente licitação reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei Federal n.º 12.232/2010, complementada pelas Leis n.º 14.133/2021 e alterações posteriores e n.º 4.680/1965, em conformidade com a disposições deste edital e de seus anexos, bem como pelos Decretos Municipais n.º 14.754/2023 e 15.958/2024.

Adota-se a forma presencial para esta licitação, cujas sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo. A gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, na forma do disposto no art. 17, § 2º, da Lei n.º 14.133/2021.

A opção pela realização de forma presencial decorre das especificidades da forma de apresentação das propostas técnicas, em que uma via do Plano de Comunicação será apresentada de forma apócrifa para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta, pelo que não haveria garantias técnicas de que a via não-identificada do Plano de Comunicação, caso fosse utilizada a forma eletrônica de apresentação das propostas, não seria identificada antecipadamente, o que implicaria invalidação do certame.

1. OBJETO

1.1. A presente licitação tem por objeto: **prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite 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.**

1.2. O objeto da presente licitação deverá ser fornecido/executado na forma e condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

1.2.1. Objetivo específico:

a) Os projetos e campanhas compreendem 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.



b) A alínea acima tem o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e de informar o público em geral.

c) Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

II - ao planejamento e à execução de pesquisas e 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, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da Prefeitura.

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

1.2.2. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.2.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio: a) o patrocínio de mídia, assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação; e b) o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.2.3. Plano de Contratações Anual - PCA 2025:

I) Código: 1361

II) Unidade: 35

III) Projeto: 2413104316140

IV) Dotação: 3.3.90.39.00.00

V) Elemento de despesa: Outros serviços de terceiros – Pessoa Jurídica

VI) Objeto: Contrato de agência de publicidade

VII) FR 2025: 1500



VIII) Tipo de objeto: Serviço continuado.

1.2.4. **Valor estimado da contratação:** R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais).

1.2.4.1. A Prefeitura de Itabirito se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

1.2.5. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado a critério da Administração, nos termos do art. 107 da Lei n.º 14.133/2021, desde que seja atestado que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração Pública, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

1.2.5.1. Reajustamento de preços: Os preços poderão ser reajustados pelo IPCA - IBGE, desde que transcorridos 12 (doze) meses, com data-base vinculada à do orçamento estimado, observado o § 1º do art. 266 do Decreto Municipal n.º 14.754/2023, com redação dada pelo Decreto Municipal n.º 15.958/2024.

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham as atividades disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965 e **obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste edital e de seus anexos, **sendo vedada a participação de:**

a) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a coparticipação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente, a prestação de tais serviços por meio de consórcio de agências.



- b) empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;
- c) empresas impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta na forma do § 4º do art. 156 da Lei n.º 14.133/2021;
- d) empresas com falência decretada;
- e) empresas das quais participe, seja a que título for, servidor público municipal de Itabirito;
- f) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

2.2. No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos arts. 42 a 49 da Lei Complementar n.º 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, tal condição.

2.3. As disposições a que se refere este item, nos termos do art. 4º da Lei n.º 14.133/2021, não são aplicadas:

- a) no caso de licitação para contratação dos serviços publicitários cujo valor estimado, a título de remuneração da licitante, for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;
- b) A obtenção de benefícios a que se refere o caput do art. 4º da Lei n.º 14.133/2021 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte,
- c) deverá a licitante apresentar, quando da fase de habilitação, declaração de observância do limite referido na alínea “b” deste item 2.3.

3. ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

3.1. O Caderno de Licitação, composto de edital e anexos, poderá ser consultado em www.comprasnet.gov.br, no site oficial da Prefeitura de Itabirito (www.itabirito.mg.gov.br), na aba “Licitações em andamento”, ou, de forma presencial, na Prefeitura de Itabirito, localizada à Av. Queiroz Júnior, n.º 635, Praia, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-228, onde também estará disponível para retirada por meio de mídia digital (pen-drive e afins), de segunda a sexta-feira, das 9h às 16h.



3.2. Questões relacionadas à presente licitação deverão ser formuladas por escrito e dirigidas ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação (CPL), no endereço à Av. Queiroz Júnior, n.º 635, bairro Praia, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-228, ou por meio do e-mail licitacao@pmi.mg.gov.br, que deverá ter o recebimento confirmado em até 2 (dois) dias úteis antes do prazo para abertura do certame.

3.3. Caberá à Subcomissão Técnica de que trata o item 4 manifestar-se em relação a questões técnicas, em caso de solicitação da Comissão Permanente de Licitação.

3.4. Eventuais impugnações ao edital deverão ser encaminhadas por meio do e-mail licitacao@pmi.mg.gov.br ou por escrito, à Prefeitura de Itabirito, localizada à Av. Queiroz Júnior, n.º 635, bairro Praia, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-228, dirigidas ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação, com a identificação completa da empresa autora da impugnação, assinatura de seu representante legal e cópia simples do documento que comprove esta condição, observado o prazo previsto no art. 164, de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

3.4.1. No instrumento de impugnação, é obrigatória a menção a documento pessoal, em se tratando de pessoa física, e de CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, além de nome para contato, endereço, telefone e endereço eletrônico.

3.5. Decairá do direito de impugnar os termos deste edital, perante esta Prefeitura, a licitante que não o fizer até o terceiro dia útil antecedente à abertura da sessão pública.

3.6. A Comissão Permanente de Licitação decidirá sobre a impugnação, bem como responderá às questões formuladas pelas licitantes.

3.7. Acolhida a impugnação oposta contra o ato convocatório será designada nova data para a realização da sessão pública da Concorrência.

3.8. Não serão conhecidas as impugnações subscritas por representantes não habilitados legalmente.

3.9. Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido devidamente fundamentado, nos termos do art. 164 da Lei n.º



14.133/2021, observados os prazos ali fixados, ou seja, em até 3 (três) dias úteis anteriores à data da apresentação das propostas.

3.10. Não serão conhecidas as impugnações enviadas pelos Correios, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação se as petições originais não forem protocolizadas dentro dos prazos previstos em lei.

4. CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

4.1. A concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma da Lei n.º 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

4.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, nos termos do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010.

4.3. 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, em caso de solicitação da Comissão Permanente de Licitação.

5. ABERTURA DA LICITAÇÃO

5.1. No dia, horário e local designados no preâmbulo deste edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão Permanente de Licitação e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo as licitantes entregarem, primeiramente, os 4 (quatro) envelopes.

5.2. Quanto aos representantes:

a) Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial; ou tratando-se de sociedade simples, 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.

b) 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 da alínea “a”.

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

5.2.2. A licitante que não contar com representante presente na sessão ou que se fizer representada por quem não possa praticar atos em seu nome devido à apresentação de documentação defeituosa ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

5.2.3. Será admitido apenas 1 (um) representante por licitante, sendo que cada um deles poderá representar somente uma empresa/licitante.

5.3. Recebimento dos envelopes: Proceder-se-á ao recebimento dos envelopes 1, 2, 3 e 4, contendo os documentos das Propostas Técnica e de Preços, observadas as recomendações abaixo:

I - ENVELOPE 1

a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;

b) Só será recebido o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Prefeitura de Itabirito;

b1) O invólucro padronizado deverá ser retirado pelas agências interessadas no Departamento de Licitações e Contratos da Prefeitura de Itabirito, situado à Av. Queiroz Júnior, n.º 635, Praia, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-228, em dias úteis, das 8 (oito) horas às 17 (dezessete) horas, ou, na data da sessão pública de processamento da Concorrência, na Sala 1 do Centro Administrativo Municipal, situado à Rua Getúlio Vargas, n.º 323, Centro, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-072, das 8 (oito) horas às 12 (doze) horas.

c) Deverá estar sem fechamento e sem rubrica.



d) Não poderá:

- d1) ter nenhuma identificação;
 - d2) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
 - d3) estar danificadas ou deformadas as peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- e) Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

II - ENVELOPE 2

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, que terá o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa;
- b) 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 sua abertura;
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste envelope;
- d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 2

CONCORRÊNCIA Nº _____ / _____ (mencionar número e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº _____

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

O envelope 2 deverá ser opaco, identificado com denominação social e cadastro no CNPJ/MF da licitante



III - ENVELOPE 3

- a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- b) 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 sua abertura.
- c) **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;
- d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3

CONCORRÊNCIA Nº _____ / _____ (mencionar número e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº _____

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

O envelope 3 deverá ser opaco, identificado com denominação social e cadastro no CNPJ/MF da Licitante

IV - ENVELOPE 4

- a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **ENVELOPE 4**;
- b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação da autoria deste.
- d) O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



ENVELOPE 4

CONCORRÊNCIA Nº _____ / _____ (mencionar número e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº _____

PROPOSTA DE PREÇOS

O envelope 4 deverá ser opaco, identificado com denominação social e cadastro no CNPJ/MF da Licitante.

6. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

6.1. O **Envelope 1 - PROPOSTA TÉCNICA** deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário, sem a identificação da licitante com respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, impressos em layouts ou gravados em pen-drive, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir:

6.1.1. Plano de Comunicação Publicitária: será constituído por caderno específico composto dos subquestos: 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 previsões:

6.1.1.1. Raciocínio Básico: será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **Prefeitura de Itabirito**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing – **ANEXO IV**.

6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

6.1.1.2.1 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 Itabirito.



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

6.1.1.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

6.1.1.3.1. Todas as peças e/ou materiais que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

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

6.1.1.3.3. Da relação de peças e/ou materiais, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e/ou materiais 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, layout 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 e/ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução e/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 anúncios para revistas, jornais e tablets, carrosséis para mídias digitais, 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 hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

6.1.1.3.4. Só serão aceitos exemplos de peças e/ou materiais não finalizados.

6.1.1.3.5. Para a produção dos exemplos de peças ou materiais não serão aceitas capturas de vídeo.

6.1.1.3.6. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

6.1.1.3.7. Cada exemplo de peça e/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 materiais a que se refere o item.

6.1.1.3.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em pen-drive, 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, dcp, mp4;
- b) protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- c) protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf, mov e mp4.

6.1.1.3.9. Os exemplos de peças e/ou materiais devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **Envelope 1**. As peças que não se ajustem às dimensões do **Envelope 1** poderão ser dobradas.

6.1.1.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo à leitura - sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 g/m².



6.1.1.4. 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 materiais constantes da relação prevista no item 6.1.1.3.1.

6.1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

- a) período de distribuição das peças e/ou materiais;
- 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, entre outras que entender pertinente.

6.1.1.4.2. 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 mensagem publicitária.

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

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os da tabela cheia vigente na data de publicação do aviso de licitação;
- b) deve ser desconsiderado o desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;



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

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 (por exemplo, CPM, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, CPC, CPE, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

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

6.2. Envelope 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO - VIA IDENTIFICADA

6.2.1. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação de publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricados nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3. Envelope 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação)

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 e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do **Envelope 2**.

6.3.1. **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 de 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 colocados 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;
- b1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido, contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- b2) 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 da Prefeitura de Itabirito;
- 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 e 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 colocará regularmente à disposição da Prefeitura, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

6.3.2. REPERTÓRIO

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

6.3.2.1.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou materiais, independentemente do tipo ou característica e da forma de 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 pen-drive executável 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 (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, inclusive ser apresentadas 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 de Itabirito seja ou tenha sido signatária;
- e) para cada peça e/ou material previstos 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 a, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

6.3.2.2. A apresentação de peças e/ou materiais em número inferior ao exigido no item 6.3.2.1.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.3.2.3. A proporcionalidade a que se refere o item 6.3.2.2 será obtida mediante a aplicação de regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no item 8.3.

6.3.2.4. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

6.3.3. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.3.3.1. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com, no máximo, 2 (duas) páginas, nas quais serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.3.3.1.1. As propostas de que trata o item 6.3.3.1 devem ter recebido autorização para produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

6.3.3.1.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no item 8.2.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.



6.3.3.1.3. 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 de Itabirito seja ou tenha sido signatária.

6.3.3.1.4. 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.

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

6.3.3.2. Para cada Relato é permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou materiais não computados no limite de páginas a que se refere o item 6.3.3.1, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen-drive executável 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 item 6.3.3.1. ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, inclusive ser 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.

6.4. Envelope 4 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

6.4.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do **Anexo II**, informando o percentual de honorários incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a) à produção e à execução técnica de peça e/ou material;
- b) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos



quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas 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) à intermediação da contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência por meio do desconto-padrão de agência, na forma do disposto no art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;

e) ao desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais**, observando-se ainda que se destina a atender a 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 n.º 4.563/2002 e do disposto no inciso V do art. 6º da Lei n.º 12.232/2010, que dispõe que a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexecução do contrato administrativo a ser firmado:

I - Não serão aceitos percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção, pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, e formas inovadoras de comunicação publicitária; e percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto-padrão de agência;

II - Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial 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 de desconto proposto, será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

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.).



6.4.2. A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

6.4.3. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

6.4.4. 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 item 6.4.1 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

6.4.5. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, **90 (noventa) dias**, a contar da data de abertura da sessão de licitação, indicada na epígrafe deste edital.

6.5. Envelope 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

6.5.1. 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 Permanente de Licitação.

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

ENVELOPE 5

CONCORRÊNCIA Nº _____ / _____ (mencionar número e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº _____

DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

O envelope 5 deverá ser apresentado apenas pelas licitantes classificadas, devendo ser entregue em envelope opaco, lacrado, com a denominação social da licitante, conforme previsto no edital.



6.5.3. 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 - item 9.3.**

6.5.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA

6.5.4.1. Registro comercial, no caso de empresa individual; ou

6.5.4.2. Ato constitutivo e alterações subsequentes, ou contrato consolidado, devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; ou

6.5.4.3. Inscrição no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada dos nomes e endereços dos diretores em exercício.

6.5.4.4. Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

6.5.5 REGULARIDADE FISCAL

6.5.5.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/ME;

6.5.5.2. Certidão de Regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, fornecida pela Caixa Econômica Federal;

6.5.5.3. Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por ela administrados, inclusive créditos tributários relativos às contribuições sociais, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751 de 02 de outubro de 2014.

6.5.5.4. Certidão de Regularidade de situação quanto aos encargos tributários estaduais, expedida pela Secretaria da Fazenda ou Procuradoria-Geral do Estado do domicílio ou sede da licitante, **ou** declaração de isenção ou de não incidência, assinada pelo representante



legal da licitante, sob as penas da lei, quando não houver obrigatoriedade de inscrição da empresa, conforme modelo **ANEXO I - A**;

6.5.5.5 Certidão de Regularidade de situação quanto aos encargos tributários mobiliários municipais **ou** declaração de isenção ou de não incidência, assinada pelo representante legal da licitante, sob as penas da lei, quando não houver obrigatoriedade de inscrição da empresa, conforme modelo **ANEXO I - B**;

6.5.5.6 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei n.º 5.452/1943, conforme disposto na Lei n.º 12.440/2011.

6.5.5.7. Previamente à celebração do contrato, a licitante deverá comprovar a inexistência de sanção impeditiva mediante certidões obtidas perante os seguintes cadastros informativos oficiais:

- a) SICAF;
- b) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis);
- c) Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>).

6.5.5.8. **Para as ME ou EPP, nos termos da Lei Complementar n.º 123/2006 e alterações**, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogável por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

a) A não regularização da documentação no prazo previsto no item 6.5.5.6 implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 90, § 5º, da Lei n.º 14.133/2021, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.



b) Em caso de não comprovação da condição de ME ou EPP e/ou não regularização dos documentos de comprovação da regularidade fiscal, a licitante estará sujeita às penalidades legais, inclusive ao impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 2 (dois) anos, sem prejuízo das multas previstas no edital.

6.5.6 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

6.5.6.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, caput e § 1º, da Lei n.º 12.232/2010, obtido perante o Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário – CENP (anterior denominação “Conselho Executivo das Normas-Padrão”) ou entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

6.5.6.2. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprove(m) o disposto no art. 2º, caput e § 1º, incisos I e II, da Lei n.º 12.232/2010, bem como no art. 67, § 5º, da Lei n.º 14.133/2021.

6.5.7 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

6.5.7.1. Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

6.5.7.2. **Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido** mínimo de R\$ 105.000,00 (cento e cinco mil reais), equivalente a 3% (três por cento) do valor do contrato administrativo decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma do art. 69, § 4º, da Lei n.º 14.133/2021.

6.5.7.3. **Balanco patrimonial e demonstrações contábeis** dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, **vedada** a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos documentos de habilitação, na forma do art. 69, inciso I, da Lei n.º 14.133/2021.

6.5.7.3.1. Serão considerados como legais o balanço e as demonstrações contábeis assim apresentados:



- a) **pelas sociedades anônimas:** publicados em Diário Oficial; ou em jornal de grande circulação; ou por fotocópia registrada; ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;
- b) **pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada:** fotocópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente; ou fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e ou Escrituração Contábil Digital, nos termos do Decreto n.º 6.022/2007;
- c) **pelas sociedades criadas no exercício em curso:** fotocópia do Balanço de Abertura devidamente registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante.

6.5.7.3.2. Se a licitante tiver sido constituída há menos de 2 (dois) anos de exercício, os documentos referidos no item 6.5.7.3. limitar-se-ão ao último exercício.

6.5.7.3.3. A boa situação financeira será comprovada com as demonstrações a seguir, calculadas a partir do último balanço apresentado:

- Índice de Liquidez Geral (**LG**) superior a 1,00
 - Índice de Liquidez Corrente (**LC**) superior a 1,00
 - Índice de Solvência Geral (**SG**) superior a 1,00
- (calculados pelas seguintes fórmulas, cujo memorial deverá ser juntado ao Balanço Patrimonial):

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LG =

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Total

SG =

Passivo Circulante + Exigível a longo Prazo

Ativo Circulante

LC =



Passivo Circulante

6.5.7.3.3.1. Do balanço supracitado, cujo índice de solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser superior a 1,00:

Ativo Total

S = -----

Passivo Exigível Total

6.5.7.3.4. As licitantes que apresentarem resultado inferior ou igual a 1,00 em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG) deverão possuir capital ou patrimônio líquido de, no mínimo, 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

6.5.7.3.5. Se necessária a atualização do balanço patrimonial, do DRE e do capital social, deverá ser apresentado, também, o memorial de cálculo correspondente.

6.5.8. **DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE FISCAL HABILITATÓRIA:** Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e assinada por seu representante legal, de que não há fato impeditivo para sua habilitação e que se encontra em situação regular perante o Ministério do Trabalho, conforme modelo **ANEXO I - C**.

6.5.9. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

6.5.9.1. **DECLARAÇÃO** da licitante, elaborada em papel timbrado e assinada por seu representante legal, conforme modelo **ANEXO I - D**.

7. DA ABERTURA DOS ENVELOPES

7.1. Os **Envelopes 1, 2, 3 e 4** serão recebidos na data e no horário estipulados no preâmbulo do edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitação e pelas licitantes presentes, e após remetido para exame da Subcomissão.

7.1.1. 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 CPL em contrário.

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

7.2. PRIMEIRA SESSÃO

7.2.1 A abertura da sessão pública de licitação será realizada na data, horário e local previstos no preâmbulo deste edital e terá a seguinte pauta inicial:

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

7.2.1.2. Entrega dos **Envelopes 1, 2, 3 e 4**;

7.2.1.2.1. O não recebimento do **Envelope 1** também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

7.2.1.3. Rubricar, no fecho, os **Envelopes 2 e 4**, que permanecerão fechados sob a guarda da CPL, e separá-los dos **Envelopes 1 e 3**.

7.2.1.4. Retirar e rubricar o conteúdo dos **Envelopes 1 e 3**.

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

7.2.3. A Comissão Permanente de Licitação, antes da abertura do **Envelope 1**, adotará medida para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.4. Abertos os **Envelopes 1 e 3**, as licitantes não poderão desistir de suas propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.



7.2.5. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **Envelopes 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 Problema de Comunicação.

b) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação, à Subcomissão Técnica do **Envelope 1**;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à Comissão Permanente de Licitação do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com a pontuação e justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação, à Subcomissão Técnica do **Envelope 3**;

e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à Comissão Permanente de Licitação do relatório de julgamento das propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.2.6. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no item 8.4, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito 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.

7.2.7. O disposto no item 8.4 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do **Envelope 2**.

7.2.8. As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

7.3. SEGUNDA SESSÃO



7.3.1. Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (**Envelopes 1 e 3**), as respectivas planilhas de julgamento e os demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente 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 item 5.2;
- b) abertura do receptáculo contendo os **Envelopes 2 e 4**;
- c) 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;
- d) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.
- d1) Executar o sorteio previsto no item 8.15, quando for o caso.

7.3.2. Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

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

7.3.3.1. Havendo renúncia expressa de todos os concorrentes ao direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão Permanente de Licitação dará prosseguimento ao certame.

7.4. TERCEIRA SESSÃO

7.4.1. Decididos os recursos ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Permanente 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 item 5.2.;
- b) abertura do **Envelope 4**, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes.
- c) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação.
- e) Do julgamento das propostas caberá recurso.

7.5. QUARTA SESSÃO

7.5.1. Decididos os recursos ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Permanente 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 item 5.2.;
- b) recebimento e abertura do **Envelope 5** das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos arts. 62 e seguintes da Lei n.º 14.133/2021 e as exigências fixadas no edital;
- c) caso a Comissão Permanente de Licitação julgue necessário realizar o exame internamente, encerra-se a sessão;
- d) do resultado do julgamento de habilitação ou inabilitação, caberá recurso.

8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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



8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

8.2.1.1. Raciocínio Básico (máximo de 10 pontos) - a acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel da Prefeitura de Itabirito nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Itabirito com seus públicos;
- c) Das características da Prefeitura de Itabirito e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- f) Das necessidades de comunicação da Prefeitura de Itabirito para solucionar esse desafio.

8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos):

- a) Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura de Itabirito e a seu desafio de comunicação;
- b) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura de Itabirito com seus públicos;
- d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura de Itabirito, sobre o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

8.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos):

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;



- d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades da Prefeitura de Itabirito e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- i) Exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

8.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 15 pontos):

- a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Itabirito;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos)

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Itabirito;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Itabirito e a licitante esquematizado na proposta;



f) Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura de Itabirito, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos)

- a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) Clareza da exposição das informações prestadas;

8.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 pontos)

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) Relevância dos resultados apresentados;
- d) Concatenação lógica da exposição.

8.3. Pontuação dos quesitos e subquesitos

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima	100

8.3.1. Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste Edital e seus Anexos, devendo ser atribuída nota que variará conforme a seguinte escala:



8.3.1.1. **Não atendido ou erroneamente atendido (de 0 a 20% da nota máxima):** quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme *briefing* e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, incompatíveis com o critério;

8.3.1.2. **Insuficientemente atendido (mais de 20 até 40% da nota máxima):** quando a proposta contempla de forma insuficiente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme *briefing* e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, com grandes e relevantes desvios em relação ao solicitado;

8.3.1.3. **Parcialmente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima):** quando a proposta contempla aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme *briefing* e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, mas com desvios em relação ao solicitado;

8.3.1.4. **Satisfatoriamente atendido (mais de 70 até 90% da nota máxima):** quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme *briefing* e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, com irrelevantes desvios em relação ao solicitado;

8.3.1.5. **Plenamente atendido (mais de 90 até 100% da nota máxima):** quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos do quesito ou subquesito em julgamento, conforme *briefing* e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, ou apresente irrelevantes desvios em relação ao solicitado.

8.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

8.3.4. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão autores das pontuações consideradas destoantes



deverão registrar em relatórios, que serão assinados por todos os membros da Subcomissão e passarão a compor o processo desta licitação, as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado.

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

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

8.4 Será desclassificada a Proposta que:

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

B) DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.5. Deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do **ANEXO II - Modelo de Proposta de Preços**.

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

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

8.8. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

8.9. 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 como 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 remunerar esta com desconto-padrão de agência;
- e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, a ser concedido pela agência à Prefeitura de Itabirito.

8.10. A proposta também deve consignar, sem conferir pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura de Itabirito:

8.10.1 **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.

8.10.2 **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.

8.11. A proposta de política de preços deverá considerar que a Prefeitura de Itabirito efetuará os pagamentos no prazo de 20 (vinte) dias úteis, a contar do primeiro dia útil subsequente ao protocolo do atestado de recebimento definitivo do objeto contratado, assinado pelo fiscal e pelo gestor do contrato, junto à Secretaria Municipal de Fazenda e Tributação.

8.12. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução 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.

8.12.1. A Classificação 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 DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
5	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%
5	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%



5	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-padrão de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
5	20%

e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, fixados nos limites estabelecidos no item 6.4.1.

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

8.12.2. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações mediante a fórmula abaixo:

$$\text{NFPC} = D1 + D2 + D3 + D4 + D5$$

NFPP – Nota final da Proposta de Preço;

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 que não enseje o pagamento do desconto-padrão de agência pelos veículos de divulgação;

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

c) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

8.13. A pontuação final será obtida por meio da fórmula abaixo:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPP \times 0,30), \text{ onde:}$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

8.14. Havendo empate, o desempate se dará por meio de 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.

8.15. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará por meio de sorteio, que ocorrerá em sessão pública.

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

8.17. Será assegurada, 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 pelas microempresas e empresas de pequeno porte seja igual ao alcançado pela licitante mais bem classificada, desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.



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

8.19. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar n.º 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do art. 3º, § 4º, do citado dispositivo e de que, no ano-calendário de 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.

9. DA HABILITAÇÃO

9.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na data, horário e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os documentos de habilitação na referida sessão será alijada do certame.

9.1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista no item 6.5.

9.2. A Comissão Permanente de Licitação analisará os documentos de habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste edital e em seus anexos.

9.2.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura de Itabirito reabrirá a fase de habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos respectivos documentos, no prazo de **8 (oito) dias úteis**, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

9.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



9.3.1. Serão aceitas certidões positivas de débito, com efeitos de negativa, nos termos do art. 206 da Lei n.º 5.172/1966 - Código Tributário Nacional.

9.3.2. A documentação, conforme o caso, deverá ser compatível com as respectivas inscrições nas esferas federal, estadual e municipal, sendo vedada, na apresentação, a mesclagem dos documentos de estabelecimentos diversos (números de inscrição no CNPJ, IE e CCM).

9.3.3. Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente forem emitidos somente em nome da matriz.

9.3.4. Caso a licitante pretenda que um dos seus estabelecimentos, que não o participante desta licitação, execute o futuro contrato, deverá ser apresentada a documentação de ambos os estabelecimentos.

9.3.5. Para efeito de validade das certidões de regularidade de situação perante a Administração Pública, caso outro prazo não conste de lei ou do próprio documento, será considerado o lapso de 6 (seis) meses entre a data de expedição e a de abertura do certame.

9.3.6. A aceitação dos documentos obtidos via internet ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela Comissão Permanente de Licitação.

9.3.7. Os documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião, por força de lei, ou publicação em órgão de imprensa, na forma da lei, e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese de apresentação de documentos originais.

9.3.8. As autenticações poderão ser realizadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação, mediante cotejo entre cópia e original.

9.3.9. Os documentos exigidos para habilitação não poderão, em hipótese alguma, ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser



apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame, exceto na situação do item 6.5.5.6.

10. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO E CONTRATO

10.1. Após o julgamento, a Comissão Permanente 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.

10.2. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do **ANEXO V** deste Edital.

10.3. 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.

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

10.5. Quando, nos termos do art. 90 da Lei n.º 14.133/2021, o instrumento contratual for autorização de fornecimento/execução de serviços, será convocada a licitante vencedora do certame para assinatura do termo do contrato. 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 as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

10.6. A contratada deverá prestar garantia no valor de 1% (um por cento) do valor do contrato, no ato da assinatura, em conformidade com a legislação vigente.

11. DA FISCALIZAÇÃO

11.1. A Prefeitura de Itabirito nomeará fiscal(is) 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. O(s) fiscal(is) terá(ão) poderes, entre outros, para notificar a contratada objetivando sua imediata correção.



12. DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO

12.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no art. 140 da Lei n.º 14.133/2021 e nas demais normas pertinentes:

- a) provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico;
- b) definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

12.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá:

- a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescisão da contratação, sem prejuízo das penalidades previstas;
- b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a Prefeitura de Itabirito;
- c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

12.3. Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato, serão cedidos à Prefeitura de Itabirito.

12.3.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país.

12.3.2. O valor desta cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração do contrato.

12.3.3. Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela Prefeitura de Itabirito em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.3.4. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Prefeitura de Itabirito solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade,



território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

12.3.5. A licitante se compromete fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direitos de uso obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

12.3.6 A Prefeitura de Itabirito será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de direito de propriedade intelectual.

13. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

13.1. Os pagamentos serão efetuados no prazo de 20 (vinte) dias úteis, a contar do primeiro dia útil subsequente ao protocolo do atestado de recebimento definitivo do objeto contratado, assinado pelo fiscal e pelo gestor do contrato, junto à Secretaria Municipal de Fazenda e Tributação, observando-se a ordem cronológica dos encargos, excepcionada nas hipóteses previstas no art. 141, § 1º, incisos I a V, da Lei n.º 14.133/2021.

13.1.1. A Nota Fiscal deverá ser emitida pela contratada no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da conclusão da etapa de liquidação de despesas pertinente à respectiva contratação.

13.2. O pagamento será efetuado por crédito em conta corrente, mediante transferência bancária ou, excepcionalmente, na Secretaria Municipal de Fazenda e Tributação, a critério da Administração, nos termos da legislação vigente.

13.3. A Nota Fiscal deverá ser compatível com o contrato social, sob pena de não efetuação do pagamento.

13.4. Para fins de liquidação e pagamento de despesas deverão ser atendidas as exigências legais.

13.5. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação



financeira devida pela contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP, \text{ sendo:}$$

EM – Encargos Moratórios;

N – Número de dias entre a data prevista para pagamento e a do efetivo pagamento;

VP – Valor da parcela a ser paga;

I – Índice de Compensação Financeira = 0,00012329, assim apurado:

$$I = (TX)$$

$$I = (6 \div 100) \div 365$$

$$I = 0,00012329$$

TX = Percentual da taxa anual = 4,5%

(De acordo com a meta da inflação fixada pela Resolução n.º 4.499/2016, do Banco Central do Brasil).

13.6. Não será permitido 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 de aquisição de espaço/tempo publicitário junto a veículos de divulgação em que a concessão de descontos sobre os preços de tabelas públicas demonstre efetivo e expressivo benefício à Administração Pública.

14. PENALIDADES

14.1. A licitante ou contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste edital, conforme as disposições do art. 155 da Lei n.º 14.133/2021, ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas no art. 156 e seguintes da referida Lei, bem como no art. 347 e seguintes do Decreto Municipal n.º 14.754/2023, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

14.1.1. A licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:



- I – dar causa à inexecução parcial do contrato;
- II – dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- III – dar causa à inexecução total do contrato;
- IV – deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- V – não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- VI – não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- VII – ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- VIII – apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- IX – fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- X – comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- XI – praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- XII – praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846/2013.

14.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas constantes do art. 155 da Lei n.º 14.133/2021 e relacionadas no item 14.1.1. deste edital as seguintes infrações:

- I – advertência;
- II – multa;
- III – impedimento de licitar e contratar;
- IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

14.2.1. A sanção de advertência será aplicável nas hipóteses de inexecução parcial do contrato que não implique prejuízo ou dano à Administração, bem como de descumprimento de pequena relevância praticado pelo licitante ou fornecedor e que não justifique imposição de penalidade mais grave.

14.2.2. A sanção de multa será de, no mínimo, 0,5% (meio por cento) e, no máximo, 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado.



14.2.2.1. A multa de que trata o item 14.2.2. poderá ser descontada de pagamento eventualmente devido pela contratante decorrente de outros contratos firmados com a Administração Pública Municipal.

14.2.2.2. A sanção de multa será aplicada isolada ou cumulativamente com outras penalidades em caso de atraso injustificado ou em qualquer outro caso de inexecução que implique prejuízo ou transtorno à Administração.

14.2.3. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável pelas seguintes infrações administrativas:

- a) dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- b) dar causa à inexecução total do contrato;
- c) deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- d) não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- e) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- f) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

14.2.4. A aplicação das sanções previstas no art. 156 da Lei n.º 14.133/21 não exclui a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

14.3. Na aplicação das sanções previstas no art. 156 da Lei n.º 14.133/21 será facultada defesa ao interessado nos prazos e condições especificados no art. 157 da mesma Lei.

15. DOS RECURSOS

15.1. 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 art. 11, § 4º, incisos VIII, X e XIII, da Lei n.º 12.232/2010, em face do critério da especialidade desta norma legal. Dessa forma, consideram-se revogadas e sem efeitos as partes finais das redações dos citados incisos VIII, X e XIII, que determinam a aplicação do art. 109, inciso I, alíneas “a” ou “b”, da Lei n.º 8.666/1993. O prazo para



interposição de cada um dos recursos possíveis neste certame (relativamente aos julgamentos das fases de Proposta Técnica, Proposta de Preço e Habilitação) será de 3 (três) dias úteis, previsto no art. 165, inciso I, da Lei n.º 14.133/2021, contados da data da intimação de cada um dos julgamentos.

15.1.1. Igual prazo de três dias úteis caberá à parte interessada em oferecer impugnação (contrarrrazões) ao recurso interposto por uma das licitantes.

15.2. Os memoriais de recurso e as contrarrrazões deverão ser interpostos e entregues, mediante petição, devidamente fundamentados e protocolados até às 17h do último dia do prazo, no **Departamento de Licitações e Contratos**, localizado à Av. Queiroz Júnior, n.º 635, Praia, Itabirito - Minas Gerais, CEP: 35450-228.

15.2.1. Os memoriais de recurso e as contrarrrazões poderão ser aceitos por meio do e-mail licitacao@pmi.mg.gov.br, **desde que a peça recursal esteja anexada e devidamente assinada**, sendo obrigatória sua confirmação por e-mail.

15.3. Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições deste edital não terão o mérito analisado.

15.4. Não serão conhecidos os recursos enviados pelos Correios, telex, fac-símile, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação se as petições originais não forem protocolizadas dentro dos prazos previstos em lei.

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

16. DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. Para solucionar quaisquer questões oriundas desta licitação, é competente, por disposição legal, o Foro da Comarca de Itabirito.

16.2. É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.



16.3. 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, na forma da legislação vigente – art. 71 da Lei n.º 14.133/2021.

16.4. Será observado, ainda, quanto ao procedimento desta Concorrência:

16.4.1. A nulidade de procedimento licitatório induz à do contrato, ressalvado, ainda, o dispositivo citado no item 16.3.

16.4.2. No caso de desfazimento do processo licitatório, ficam assegurados o contraditório e a ampla defesa.

16.5. As interessadas deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes do edital, bem como de todas as condições gerais e peculiares do local onde serão executados os trabalhos, não podendo invocar nenhum desconhecimento como elemento impeditivo à formulação de sua proposta ou ao perfeito cumprimento do contrato.

16.6. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, sob pena das sanções aplicáveis em cada caso, previstas neste edital, não se excluindo as de caráter civil e/ou criminal, e a Prefeitura de Itabirito não será, em nenhum caso, responsável por tais custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

16.7. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência, no todo ou em parte, do objeto licitado sem expressa anuência da contratante.

16.8. 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. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Prefeitura de Itabirito.

16.9. Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação na Imprensa Oficial e divulgação do site da Prefeitura de Itabirito.

16.10. As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os participantes e, desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da hígidez do certame.



16.11. No processo licitatório, o desatendimento de exigências meramente formais que não comprometerem a aferição da qualificação do licitante ou a compreensão do conteúdo de sua proposta não importará seu afastamento da licitação ou a invalidação do processo.

16.12. As partes responderão por perdas e danos pelo inadimplemento de suas obrigações contratuais, além de outras cominações definidas na legislação vigente.

17. INTEGRAM O PRESENTE EDITAL

ANEXO I – Declarações

- A - Declaração de regularidade fiscal habilitatória;
- B – Declaração de isenção junto à Fazenda Pública do Estado;
- C – Declaração de isenção junto à Fazenda Pública do Município;
- D – Declaração

ANEXO II – Modelo de Proposta de Preços;

ANEXO III – Termo de Referência;

ANEXO IV – Briefing;

ANEXO V – Minuta de Contrato.

Itabirito, 17 de março de 2025

MARINA PEDROSA NIQUINI

Diretora de Licitação



ANEXO I

DECLARAÇÕES



ANEXO I – A

DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO – ESTADO

MODELO

À Prefeitura de Itabirito

Secretaria Municipal de Comunicação

Concorrência n.º _____ / 2025

Processo Administrativo n.º _____ / 2025

Objeto: Prestação de serviços publicitários, a ser realizada conforme edital e seus anexos.

A (nome da empresa), com sede à (endereço completo), CNPJ n.º _____,
DECLARA, sob as penas da lei e por ser expressão da verdade, que está isenta e/ou não
incidem tributos estaduais, não possuindo, portanto, débitos junto à Fazenda Pública do
Estado (do domicílio ou sede da licitante).

Local e data

Nome, RG, cargo e assinatura do responsável pela empresa



ANEXO I – B

DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO – MUNICÍPIO

MODELO

À Prefeitura de Itabirito

Secretaria Municipal de Comunicação

Concorrência n.º _____ / 2025

Processo Administrativo n.º _____ / 2025

Objeto: Prestação de serviços publicitários, a ser realizada conforme edital e seus anexos.

A (nome da empresa), com sede à (endereço completo), CNPJ n.º _____, DECLARA, sob as penas da lei e por ser expressão da verdade, que não está inscrita, não possuindo, portanto, débitos mobiliários junto à Fazenda Pública do Município de (do domicílio ou sede da licitante).

Local e data

Nome, RG, cargo e assinatura do responsável pela empresa



ANEXO I – C

DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE FISCAL HABILITATÓRIA

MODELO

À Prefeitura de Itabirito

Secretaria Municipal de Comunicação

Concorrência n.º _____ / 2025

Processo Administrativo n.º _____ / 2025

Objeto: Prestação de serviços publicitários, a ser realizada conforme edital e seus anexos.

(Nome completo), representante legal da (nome da empresa), com sede à (endereço completo), inscrita no CNPJ sob o n.º _____, interessada em participar da licitação em epígrafe, que se processa no processo administrativo indicado, DECLARO, sob as penas da Lei:

- a) que, até a presente data, inexistem fatos impeditivos para habilitação da (nome da empresa) no presente processo licitatório, bem como que a (nome da empresa) está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
- b) e que a (nome da empresa) encontra-se em situação regular perante o Ministério do Trabalho no que se refere à observância do disposto no art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, não mantendo no quadro de pessoal menores de 18 (dezoito anos) em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, nem possuindo, ainda, qualquer trabalho de menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.

Local e data

Nome, RG, cargo e assinatura do responsável pela empresa



ANEXO I – D

DECLARAÇÃO

MODELO

À Prefeitura de Itabirito

Secretaria Municipal de Comunicação

Concorrência n.º _____ / 2025

Processo Administrativo n.º _____ / 2025

Objeto: Prestação de serviços publicitários, a ser realizada conforme edital e seus anexos.

A (nome da empresa), inscrita no CNPJ sob o n.º _____, por intermédio de seu representante, Sr(a) (nome completo), portador(a) da Carteira de Identidade RG n.º _____ e do CPF n.º _____, DECLARA sob as penas da Lei:

- 1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **ENVELOPE 1**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação nesta Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Inexistência de impedimentos à participação, ou seja, que não incorre em nenhum dos casos relacionados nas condições de participação do edital;
- 3) Elaboração independente de Proposta:
 - a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
 - b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar desta Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
 - c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, desta Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
 - d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar desta Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro



participante, potencial ou de fato, desta Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e

e) Que o conteúdo da proposta apresenta para participar desta Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura Municipal de Itabirito antes da abertura oficial das propostas.

Local e data

Nome, RG, cargo e assinatura do responsável pela empresa



ANEXO II

MODELO

PROPOSTA DE PREÇO

CONCORRÊNCIA N.º _____ / 2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º _____ / 2025

Razão Social da PROPONENTE:		
Endereço:		
CEP:	Fone:	Fax:
E-mail:	CNPJ:	Inscrição Municipal:

OBJETO: prestação de serviços publicitários, a ser realizada conforme edital e seus anexos.

A presente proposta é válida por ____ (_____) dias*, a contar de sua apresentação.
(*no mínimo, 90 dias)

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n.º ____/2025, promovida pela Prefeitura de Itabirito, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de ____ % (_____) por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) Honorários de ____ % (_____) por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários de ____ % (_____) por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) Remuneração de ____ % (_____) por cento) do valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto-padrão de agência, na forma do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
- e) Desconto de ____ % (_____) por cento), a ser concedido à Prefeitura de Itabirito sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.



2) Ficam definidos, **sem estarem sujeitos a pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura de Itabirito:

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.

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

3) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no item 12.3 do edital.

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

Local:	Data:
Nome do REPRESENTANTE:	
RG:	CPF:
Assinatura do REPRESENTANTE:	

(OBSERVAÇÃO: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada).



ANEXO III

TERMO DE REFERÊNCIA



PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABIRITO
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1.1. O presente Termo de Referência se destina a compor o processo licitatório para a contratação de serviços, nos termos da tabela abaixo, conforme as condições e as exigências estabelecidas neste instrumento:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER	UNIDADE DE MEDIDA	QTDE.	VALOR TOTAL
1	Serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do município de Itabirito, cujo objeto inclui estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral	892	Unidade	1	R\$ 3.500.000,00

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

1.2. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

1.3. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.



1.4. As pesquisas e instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2 terão a finalidade de:

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

2. DA JUSTIFICATIVA

A Secretaria de Comunicação tem por finalidade o assessoramento institucional na área de comunicação social, a promoção da divulgação das ações da Administração Pública e dos seus órgãos, a disseminação de informações de interesse público, a coordenação e acompanhamento da criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes para a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

A Administração Municipal tem mantido seu compromisso com a construção de uma sociedade com maior justiça social e igualdade, baseando-se no diálogo permanente com a sociedade, no respeito às pessoas e, sobretudo, na elaboração de políticas públicas que têm a população de Itabirito como prioridade máxima.

As ações do Município têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas surgidas no cotidiano de gestão. Esses eixos estão integrados entre si e transversais aos demais. São eles:

I - Enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de programas, projetos e ações direcionados ao efetivo exercício de cidadania pela população e à construção de oportunidades que garantam a todos o usufruto dos direitos fundamentais;

II - Cuidar bem dos recursos públicos e modernizar a gestão a fim de traduzir o compromisso de assegurar oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania;



III - Promover o desenvolvimento social de modo a refletir as iniciativas em prol da construção de oportunidades de acesso da população aos benefícios decorrentes, enfocando as pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais, bem como a valorização da identidade da população;

IV - Ampliar a utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir a mobilidade dos cidadãos no território do município e indicar novas possibilidades de qualificação da experiência cotidiana.

Entende-se, portanto, que a forma correta de governar exige práticas adequadas de comunicação com toda a sociedade, construindo canais eficazes para assegurar conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão, além de promover a escuta permanente dos anseios da população.

A sociedade da informação se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações localizadas principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informações, resultado das inovações tecnológicas.

O contexto da comunicação é modificado em virtude do surgimento de tecnologias que, por um lado, ofertam mais recursos e, por outro, aceleram os processos e alteram a cultura de relacionamento entre as comunidades das organizações.

Isso posto, a prestação de contas e o estímulo ao engajamento da população na construção de políticas econômicas e sociais é de vital importância para o pleno cumprimento das metas estabelecidas.

3. DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO

A contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa.

A Lei n.º 12.232/2010, em seu art. 1º, estabelece a obrigatoriedade de realização de procedimentos licitatórios para contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de



propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente por União, Estados e Municípios.

Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda - cujas atividades são disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965 - que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n.º 12.232/2010.

Complementarmente à Lei n.º 12.232/2010, serão aplicadas a Lei n.º 14.133/2021; a Lei 4.680/65 e o Decreto Federal regulamentar n.º 57.690/1966; o Decreto Federal n.º 4.563/2002; o Decreto Municipal n.º 14.754/2023 que regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal Direta e Indireta do Município de Itabirito, a Lei n.º 14.133/21; e o Decreto Municipal n.º 15.958/2024, que altera o Decreto Municipal n.º 14.754/2023.

O procedimento licitatório se dará, excepcionalmente, na forma presencial, com a apresentação física das propostas técnica, de preço e dos documentos de habilitação, considerando-se que a manutenção da referida forma se justifica pela exigência legal de garantia do sigilo dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, conforme o art. 6º, inciso IV, da Lei n.º 12.23/2010.

Adotar-se-á no processo licitatório a modalidade concorrência, em vista das disposições do art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei n.º 14.133/2021, e o critério de julgamento de técnica e preço, em virtude de serem os serviços de publicidade reconhecidos como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, atendendo às disposições do art. 36, § 1º, inciso I, da Lei supracitada.

Sendo os serviços de publicidade institucional reconhecidos como serviços de natureza contínua, o contrato a ser firmado entre a Prefeitura e a licitante vencedora do certame poderá ser prorrogado, nos termos do art. 107 da Lei n.º 14.133/2021, desde que haja previsão no edital licitatório e que a autoridade competente ateste que as condições e preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA



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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Ideia Criativa Estratégia de Mídia e Não-Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

4.2. A proposta técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

4.3. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel branco tipo sulfite, A4 - com até 90 g/m²;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4 - com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento simples entre linhas e, opcionalmente, duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos;
- f) Alinhamento justificado do texto;
- g) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor automático, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial, corpo 12 (doze), a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito.

4.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas



nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

4.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia, deverá ser elaborado com base no apêndice *Briefing*, que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:

4.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Itabirito, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

4.6.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, 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.

4.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e/ou materiais que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no edital, com comentários sobre cada peça e/ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 (dez) peças; e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças;



b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.6.4. Estratégia de Mídia e Não-Mídia: constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada, a ser executada ao longo de 60 (sessenta) dias, será de **R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais)**.

4.6.5. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e/ou materiais;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separando-os por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não-mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser aqueles vigentes (tabela cheia) na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;



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 (por exemplo, CPM, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, CPC, CPE, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter/X, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação

4.6.6 - Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não-Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.7. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada deverá constituir-se de cópia da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa, com as seguintes especificidades:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

Capacidade de Atendimento

4.8. A licitante deverá apresentar os documentos e informações constituintes da Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem uso de cores, em papel A4, 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.



4.8.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

4.8.3. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal de seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados 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;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

4.9. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais constituintes do Repertório em caderno específico, com ou sem uso de cores, em papel A4, 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.

4.10. Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem anterior 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.

4.11. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

4.12. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

4.14. As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2020.

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

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

4.17. As peças e/ou materiais não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Itabirito.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

4.18. A licitante deverá apresentar os documentos e informações constituintes dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem uso de cores, em papel A4, 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.

4.19. Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem anterior 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.

4.20. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um deles com, no máximo, 2 (duas) páginas, nas quais serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

O Relato:

I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

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

III - não poderá se referir a ações publicitárias solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Itabirito;

IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

4.21. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

4.22. As propostas em questão devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2020.

4.23. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

Se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, sem informação, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de autoria, podendo dele constar, na aparência externa, tão somente a marca do fabricante. As referidas peças poderão integrar o caderno específico previsto no edital ou ser apresentadas soltas;



II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no edital, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III – para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

4.24. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima neste quesito será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A subcomissão técnica prevista no edital analisará as propostas técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital e em seus anexos.

5.2. Serão levados em conta pela subcomissão técnica como critérios de julgamento técnico os seguintes atributos da proposta, em cada quesito ou subquesito:

5.3. Plano de Comunicação Publicitária;

5.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do Município de Itabirito nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações entre o Município e seus públicos;
- c) das características do Município e das suas atividades significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) dos desafios ou dos problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Município;
- f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esses desafios ou problemas.

5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária



- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza, à qualificação do Município e a seus desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Itabirito com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação do Município;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

5.6. Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação da Prefeitura de Itabirito;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura de Itabirito e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

5.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;



- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Itabirito;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

5.8. Capacidade de Atendimento

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

5.9. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;



d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima	100

5.13. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da subcomissão técnica.

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

5.15. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital e em seus anexos.

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



6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constituirá um dos anexos do edital, ressalvado que, nos termos do art. 59, inciso III, da Lei n.º 14.133/2021, **não será aceito:**

a) desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;

d) Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante que não proporcione à agência desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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

7. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício 2025 terá valor estimado de R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) e correrá por conta da seguinte dotação:



- I) Código: 1361;
- II) Unidade: 35;
- III) Projeto: 2413104316140;
- IV) Dotação: 3.3.90.39.00.00;
- V) Elemento de despesa: Outros serviços de terceiros - Pessoa Jurídica;
- VI) Objeto: Contrato de agência de publicidade
- VII) FR 2025: 1500;
- VIII) Tipo de objeto: Serviço continuado.

O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado, a critério da Administração, segundo as disposições do art. 107 da Lei n.º 14.133/2021 e suas alterações.

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições do edital e apresentem os documentos nele exigidos.

Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

- a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto do edital;
- b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;
- d) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal de Itabirito;
- e) empresa suspensa de participar de licitação e impedida de contratar com o Município de Itabirito durante o prazo da sanção aplicada;
- f) empresa declarada inidônea para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação.
- g) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- h) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores e/ou sócios comuns.

9. DA MITIGAÇÃO DOS IMPACTOS AMBIENTAIS



9.1. A contratada deverá priorizar a utilização de sistemas digitais (envio por e-mail, compartilhamento por meio de sistemas em nuvem e afins) para comunicação com a contratante nas etapas de pré-produção e aprovação de demandas.

9.2. A Prefeitura deverá priorizar o descarte sustentável de produtos e itens decorrentes desta contratação passíveis de reutilização e/ou reciclagem.

10. DISPOSIÇÕES GERAIS

Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratações, nomeada pela Portaria n.º 15.779, publicada em 3 de outubro de 2024.

Itabirito, 17 de março de 2025

NATASHA SILVEIRA NATIVIDADE

Diretora de Departamento I