



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



# CONCORRÊNCIA

002/2025

## PROCESSO 038/2025

**CONTRATANTE (UASG 984069)**  
(PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI)

### OBJETO

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DA AGÊNCIA DE PROPAGANDA AOS ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA DO MUNICÍPIO DE ARAGUARI-MG, CONFORME LEI Nº 12.232, DE 29/04/2010, APLICANDO-SE DE FORMA COMPLEMENTAR AS LEIS 4.680, DE 18/06/65, E 14.133, DE 1º/04/2021, AINDA EM CONFORMIDADE COM AS NORMAS PADRÃO CENP, CONFORME ESPECIFICAÇÕES, CONDIÇÕES E EXIGÊNCIAS ESTABELECIDAS NESTE EDITAL E SEUS ANEXOS

### VALOR TOTAL ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

R\$1.550.000,00 (um milhão quinhentos e cinquenta mil reais)

### DATA DA SESSÃO PÚBLICA

Dia **1º/07/2025** às 09h (horário de Brasília)

### CRITÉRIO DE JULGAMENTO:

TÉCNICA E PREÇO

### PREFERÊNCIA ME/EPP/EQUIPARADAS

SIM



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ÍNDICE**

1. DO OBJETO
2. DAS INFORMAÇÕES BÁSICAS
3. DO VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
4. DAS CONDIÇÕES GERAIS PARA A APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS
5. DO ESCLARECIMENTO E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL
6. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES
7. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS
8. DA PROPOSTA TÉCNICA
9. DA PROPOSTA DE PREÇOS
10. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
11. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
12. DA POSSIBILIDADE DE PARTICIPAÇÃO EMPRESAS EM CONSÓRCIO
13. DO AGENTE DE CONTRATAÇÃO E EQUIPE DE APOIO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA
14. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS
15. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS
16. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS
17. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO
18. DO RESULTADO DA CONCORRÊNCIA
19. DA GARANTIA
20. DAS SANÇÕES
21. DA REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO
22. DO RECEBIMENTO DO OBJETO
23. DA ASSINATURA DO CONTRATO
24. DO ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO
25. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO
26. DAS DISPOSIÇÕES COMPLEMENTARES
27. DOS ANEXOS



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



## PREÂMBULO

O MUNICÍPIO DE ARAGUARI-MG, por meio da Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contratos e Tecnologia da Informação, sediada na Praça Gaioso Neves nº 129, Centro, CEP: 38.440-001, torna público que realizará, na data, horário e local abaixo indicados, licitação na modalidade de CONCORRÊNCIA 002/2025, na forma PRESENCIAL, do tipo "TÉCNICA E PREÇO" objetivando a contratação de serviços de publicidade e propaganda discriminados abaixo, por meio de agência de publicidade e propaganda, em atendimento às demandas das Secretarias Municipais de Comunicação, do Desenvolvimento Social e de Saúde. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 4.680/1965, Lei nº 14.133/2021 e da IN SECOM-PR 1/2023, as demais disposições do presente Edital, a Minuta de Contrato e os Anexos que o integram. Os Envelopes serão recebidas até às 09h00 do dia 1º/07/2025, na sede da Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contratos e Tecnologia da Informação, localizada no Palácio dos Ferrovários, à Praça Gaioso Neves Nº 129, Centro, Araguari-MG, CEP 38.440-001.

Adota-se a forma presencial para esta licitação, cujas sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, na forma do disposto no artigo 17 parágrafo 2º da lei 14.133/21. A opção pela realização de forma presencial deste certame decorre e leva em consideração as 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 para este ato, pelo que ainda não existem garantias técnicas para que a via não identificada do Plano de Comunicação - caso fosse utilizada a forma eletrônica de apresentação das propostas - não seja identificada antecipadamente, podendo invalidar o próprio certame.

### 1. DO OBJETO

1.1 A presente licitação tem por objeto: **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS E INICIATIVAS, INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, CONFORME CONDIÇÕES E EXIGÊNCIAS ESTABELECIDAS NESTE INSTRUMENTO.**

1.2 Os contratos de serviços de publicidade e propaganda a serem adjudicados às empresas vencedoras desta licitação terão por objeto a execução de atividades de publicidade e propaganda previstas na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de promoção, de patrocínio, de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



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

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

- I- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- II- à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- III- à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.3.1.1 As pesquisas e avaliações previstas no item 1.3.1 terão as seguintes finalidades:

- I- Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do governo municipal, o público-alvo, os meios e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças publicitárias;
- II- aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- III- possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no item 1.2, o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação ou de divulgação.

1.5 A agência atuará por ordem e conta das Secretarias envolvidas neste processo, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.3.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.5.1 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.2 e 1.3.1 deste Edital.

1.6 Para a execução dos serviços objeto da presente concorrência, não fica a Administração Pública Municipal impedida de contratar diretamente com os órgãos oficiais de imprensa, sem que caibam às CONTRATADAS os pagamentos relativos a estes serviços.

1.7 Os serviços abrangem as ações de publicidade e propaganda institucionais, legais e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Prefeitura de Araguari.

1.8 O objeto desta licitação será para atendimento aos órgãos da Administração Direta Municipal, quais sejam: Secretaria Municipal de Comunicação, Secretaria Municipal do Desenvolvimento Social e Secretaria Municipal de Saúde.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



## 2. DAS INFORMAÇÕES BÁSICAS

2.1 Modalidade/Nº: Concorrência 002/2025

2.2 Tipo: Técnica e Preço

2.3 Forma e Regime de Execução: Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei Federal no 4.680, de 18 de julho de 1965, Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 e da IN SECOM-PR 1/2023.

2.4 Retirada do Edital: o presente Edital poderá ser retirado gratuitamente no site da Prefeitura Municipal de Araguari <https://www.araguari.mg.gov.br/licitacoes-portal>, até a data limite de entrega dos envelopes e observados os procedimentos ali previstos.

## 3. DO VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$1.550.000,00 (um milhão, quinhentos e cinquenta mil)**.

3.1.1 O Município de Araguari-MG se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

3.2 O prazo de vigência da contratação é de **05 (cinco) anos**, contados da assinatura do contrato, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes,

3.3 *Com a ressalva de que a cada exercício financeiro a Administração Pública deverá verificar e atestar, no início da contratação e de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção, bem como a previsão no plano plurianual, quando ultrapassar 01 (um) exercício financeiro*, contados a partir de sua assinatura, respeitada a vigência máxima decenal, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021, desde que seja atestada 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

3.4 Para o exercício de 2025, as dotações orçamentárias, constantes da Lei Orçamentária Anual do Exercício de 2025, são:

**Gestão/unidade: Secretaria Municipal de Comunicação (ficha 710/0);**

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0025 - Publicação e divulgação de interesse público;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 464/0)**

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0002 - Apoio Administrativo;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 803/0);**

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 822/0);**

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 847/0);**

Fonte de recursos: 1.600;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 858/0);**

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 678/0);**

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0025 - Comunicação e Marketing;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 713/0);**

Fonte de recursos: 1.660;

Programa de trabalho: 0026 - Assistência, Inclusão e Controle Social;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 864/0);**

Fonte de recursos: 1.756;

Programa de trabalho: 0025 - Comunicação e Marketing;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ.

#### **4. DAS CONDIÇÕES GERAIS PARA A APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS**

4.1 A simples apresentação de proposta importa irrestrita e irrevogável aceitação das condições da licitação e dos termos deste Edital, por parte das participantes.

4.2 A não apresentação, no momento próprio, de qualquer documento exigido neste Edital, implicará a rejeição da proposta da interessada ou em sua desqualificação, se for o caso.

4.3 Observado o disposto no item anterior, a Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compra, Contratos e Tecnologia da Informação reserva-se o direito de solicitar esclarecimentos ou informações complementares relativas às Propostas e aos Documentos de Habilitação apresentados, bem como exigir a exibição do documento original, caso haja dúvida quanto à autenticidade da cópia. A falta ou insuficiência do atendimento dessa solicitação excluirá a interessada do processo seletivo.

4.4 Até a celebração do contrato, o Município de Araguari-MG, reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, revogar a licitação por interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, ou anulá-la por ilegalidade de ofício ou mediante provocação de terceiros, bem como



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



cancelar a adjudicação e desclassificar a proposta vencedora, se tomar conhecimento de fato, anterior ou posterior ao julgamento, que demonstre dolo ou má fé da licitante, ou que comprometa a sua idoneidade técnica, financeira ou administrativa, sem que destas decisões possam resultar, em qualquer caso, reclamações ou direito à indenização de espécie alguma.

4.5 Nenhuma empresa participante deste processo de seleção pode ignorar a legislação no que diz respeito aos efeitos da execução do contrato pela vencedora.

4.6 Não poderá participar desta concorrência a agência de publicidade e propaganda:

- a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Araguari;
- b) Cujas falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) Que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta;
- d) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes, empregados ou seus cônjuges integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a CONTRATANTE.
- e) Estrangeira que não funcione no País.

4.7 Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

4.8 A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da SMLLCCTI o invólucro padronizado, previsto no item 8.6.1 deste Edital, e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.9 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que o município não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

## **5. DO ESCLARECIMENTO E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

5.1 Eventuais esclarecimentos e impugnações ao edital deverão ser encaminhadas por escrito, dirigidas ao Agente de Contratação, na Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contratos e Tecnologia da Informação no endereço Praça Gaioso Neves nº 129, Centro, CEP 38.440-0001, Araguari-MG ou e-mail [licitacao@araguari.mg.gov.br](mailto:licitacao@araguari.mg.gov.br), 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 da Lei nº 14.133/2021, de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

5.2 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.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



5.3 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.

5.4 O Agente de Contratação decidirá sobre a impugnação, bem como responderá às questões formuladas pelas licitantes.

5.5 Acolhida a impugnação oposta contra o ato convocatório será designada nova data para a realização da sessão pública da **CONCORRÊNCIA**.

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

5.7 Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido devidamente fundamentado, nos termos do art. 164 da Lei 14.133/21, observados os prazos ali fixados, ou seja, em até 03 (três) dias úteis anteriores à data da apresentação das propostas.

5.8 Não serão conhecidas as impugnações enviadas pelo correio, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei as petições originais não tiverem sido protocolizadas.

5.9 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, no endereço eletrônico <https://www.araguari.mg.gov.br/licitacoes-portal>, sem identificação da licitante consulente ou de seu representante.

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

## 6. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

6.1 A licitação será processada mediante a entrega pelas licitantes da documentação pertinente, conforme o que se segue.

6.2 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará ao Agente de Contratação e equipe de Apoio o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

6.2.1 Os documentos mencionados no subitem 6.2 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

6.3 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, no qual conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que ao Agente de Contratação e equipe de Apoio ateste sua autenticidade.

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



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



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

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

6.7 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente ao Agente de Contratação e equipe de Apoio, na data, hora e local indicados neste Edital.

## **7. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS**

7.1 A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos e fechados, sendo um para a Proposta Técnica - Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), um para a Proposta Técnica - Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 2) e outro para a Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Invólucro nº 3).

7.2 A Proposta de Preços deverá ser apresentada em 1 (um) invólucro (Invólucro nº 4).

7.3 Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados, após convocação, em 1 (um) invólucro (Invólucro nº 5) fechado e rubricado no fecho, apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

7.4 As Propostas Técnica e de Preços de cada licitante - Invólucros 1 a 4 - deverão ser entregues na sessão pública de abertura a ser realizada no dia 1º/07/2025, às 09h00, na sede da Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contratos e Tecnologia da Informação, localizada no Palácio dos Ferroviários, à Praça Gaioso Neves nº 129, Centro, Araguari-MG, CEP 38.440-001, conforme aviso de licitação devidamente publicado nos meios legais e também indicado no site da Prefeitura Municipal de Araguari, no endereço <https://www.araguari.mg.gov.br/licitacoes-portal>, em invólucros separados, fechados e lacrados, constando externamente o seguinte:

**INVÓLUCRO 1 - PROPOSTA TÉCNICA**  
**(PLANO DE COMUNICAÇÃO - VIA NÃO IDENTIFICADA)**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO**



**INVÓLUCRO 2 - PROPOSTA TÉCNICA  
(PLANO DE COMUNICAÇÃO - VIA IDENTIFICADA)**

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:  
ENDEREÇO/TEL/E-MAIL DA LICITANTE:**

**SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**INVÓLUCRO 3 - PROPOSTA TÉCNICA  
(CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES  
DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO)**

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:  
ENDEREÇO/TEL/E-MAIL DA LICITANTE:**

**SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**INVÓLUCRO 4 – PROPOSTA DE PREÇO**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:  
ENDEREÇO/TEL/E-MAIL DA LICITANTE:

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

7.5 O Invólucro nº 5, contendo os Documentos de Habilitação, somente será entregue nos termos de convocação específica efetuada pelo Agente de Contratação daqueles licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços.

7.6 Os Documentos de Habilitação e/ou as propostas não recebidas de forma pessoal não serão aceitos.

## **8. DA PROPOSTA TÉCNICA**

8.1 A Proposta Técnica, cujo conteúdo é especificado no Anexo F deste Edital, será composta de um plano de comunicação publicitária pertinente às informações expressas no Briefing (Anexo E) e de um conjunto de informações referentes à licitante.

8.2 A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da licitante para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido neste Edital, ou em desconformidade com as regras deste, ensejará a desclassificação da proposta.

8.3 Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente.

8.4 A Proposta Técnica consiste na apresentação de quesitos, conforme especificações constantes do Anexo F.

8.5 A Proposta Técnica - Invólucros 1, 2 e 3 - deverá ser elaborada em estrita observância das condições indicadas no Briefing (Anexo E) e no Anexo F e deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos e fechados com cola.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



8.6 O Invólucro nº 1, destinado à apresentação da Proposta Técnica - Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado (**envelope com medida de 37cmx47cm, saco tipo “Kraft” natural**), com etiqueta afixada na face do mesmo, com os dizeres constantes no item 7.4, e fornecido previamente pela Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contratos e Tecnologia da Informação, sem nenhum tipo de identificação da licitante.

8.6.1 O invólucro deverá ser retirado na Prefeitura Municipal de Araguari, de segunda a sexta-feira, no horário das 8h às 18h, na Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contrato e Tecnologia da Informação, situada na Praça Gaioso Neves, 129, CEP 38.440-001, Centro, Araguari, MG, contra entrega de recibo e autorização da empresa licitante ao portador que irá receber o citado invólucro.

8.6.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, através do e-mail [licitacao@araguari.mg.gov.br](mailto:licitacao@araguari.mg.gov.br), enviado para a Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contrato e Tecnologia da Informação.

8.6.3 Será vedada a entrega dos invólucros padronizados para pessoa que represente mais de um licitante, visando a observância do princípio da moralidade e da probidade administrativa.

8.6.4 Para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

8.7 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada e conter o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, devendo suas páginas serem rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

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

8.9 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

8.10 Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos subitens 8.6.4 e 8.8 e demais disposições deste instrumento convocatório.

## **9. DAS PROPOSTAS DE PREÇO**

9.1 A Proposta de Preços (Invólucro nº 4) da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo H, sendo que os quesitos a serem valorados são os descritos



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



nos itens 9.1.1; 9.1.2; 9.1.3; 9.1.4 e 9.1.5 abaixo, observando-se os liames legais e valores de mercado, os quais se adequam às necessidades da manutenção e qualidade de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM, conjugando com a necessária exequibilidade do contrato a ser firmado, em respeito à devida execução dos serviços e considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública, **ressaltando que serão considerados os seguintes parâmetros:**

9.1.1 Será considerada inexecutável e será desclassificada, a cobrança de percentual abaixo de **20% (vinte por cento)** incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de **Custos Internos** do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da apresentação da Proposta de Preços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

9.1.2 Percentual de honorários de **5 (cinco) a 10% (dez por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

9.1.3 Percentual de honorários de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.4 Percentual de honorários de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas como plataformas digitais (item 9.2), visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.5 Percentual de honorários de **5 (cinco) a 10% (dez por cento)**, incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir **exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.**

9.2 O percentual de honorários incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em **plataformas digitais**, em consonância com novas tecnologias, será de **15% (quinze por cento)**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.2.1 Os honorários de remuneração de que trata o item 9.2 anterior, não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

9.2.2 Na gestão dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração das agências, prevista no item 9.2 anterior, deverá



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pelas agências para essa distribuição.

9.2.3 As peças publicitárias previstas no item 9.2 podem envolver tanto as peças criadas pela agência como as peças desenvolvidas pela Prefeitura Municipal de Araguari.

9.3 As agências **não farão jus a honorários** ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **proporcione** a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.4 A agência não fará jus ao desconto de agência quando da utilização, pela PMA, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato a ser firmado.

9.5 A Proposta de Preços deverá ser redigida em português, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, apresentada em caderno único, em papel timbrado que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente. Deverá ser datada e assinada na última folha, e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Deverá conter a denominação social, o endereço com CEP, telefone, e-mail e o número desta concorrência.

9.6 Em nenhuma hipótese será concedido prazo adicional para apresentação ou complementação dos documentos ou permitida a sua retificação.

9.7 As licitantes deverão apresentar, dentro do Invólucro nº 4, uma via da Proposta de Preços. Deverão constar na proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do Anexo H, apresentado neste Edital.

9.8 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de abertura do respectivo invólucro.

9.9 A PMA não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à licitante considerar todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

9.10 Para fins de formulação de sua proposta, as licitantes deverão pautar-se, desde já, assim como, considerar como futura obrigação contratual, o cumprimento dos princípios éticos de conduta institucional e profissional, bem como observância às Diretrizes de Compliance previstas no documento intitulado Compliance e Proposições Éticas na Autorregulação da Publicidade, editado pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

## **10. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:**

10.1 Os Documentos de Habilitação, contidos no Invólucro nº 5, serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e da Proposta de Preços, nos termos de convocação prevista no item 7.3.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



10.2 Os Documentos de Habilitação, relacionados a seguir, deverão ser apresentados em uma única via, com as páginas numeradas sequencialmente, na forma original ou em cópias autenticadas, ou em publicações de órgão de imprensa oficial. São eles:

**10.2.1 Habilitação Jurídica**

- a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, devidamente registrado na Junta Comercial e publicado;
- b) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) Registro Comercial, no caso de empresário;
- d) 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;
- e) Cópia da cédula de identidade e do CPF dos responsáveis legais da licitante.

**10.2.2 Regularidade Fiscal**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda;
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratado;
- c) Prova de regularidade perante as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante. A prova de regularidade para com a Fazenda Federal deverá ser feita mediante a apresentação da Prova de Quitação com a Receita Federal do Brasil (conjunta); a regularidade para com a Fazenda Estadual e Municipal, por meio da Certidão de Tributos Mobiliários do domicílio ou sede da licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei;
- d) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS;
- e) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, através de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou certidão positiva com efeitos de negativa.

OBS: Os documentos deverão estar dentro do prazo de suas respectivas validades.

**10.2.3 Qualificação Econômico-Financeira**

- a) Certidão Negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- b) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.
- c) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



d) A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

e) Entenda-se por “na forma da lei”:

I-sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);

II-sociedades empresariais, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

III-sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresarial, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

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

a) do balanço referido na alínea “c” do subitem 10.2.3, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea “c” do subitem 10.2.3, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um ( $\geq 1$ ):

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

c) o patrimônio líquido exigido será de 0,5% (meio por cento) sobre o valor desta licitação.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



10.2.3.2 Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do subitem 10.2.3.1 deverão ser apresentados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante “Declaração” com sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

#### 10.2.4 Qualificação Técnica

a) Certificado de Qualidade Técnica em vigor, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal 12.232/2010.

b) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação, mediante apresentação de ao menos 1 (um) atestado ou contrato firmado com pessoa jurídica de direito público ou privado que demonstre a criação e a veiculação de campanha publicitária realizada efetivamente, que tenha por orçamento um montante equivalente a 0,5% (meio por cento) do valor desta licitação.

c) Declaração em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de que não emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de 16 (dezesesseis) anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos na forma da Lei, em papel timbrado, datada e assinada pelo representante legal da empresa.

d) O Agente de Contratação e equipe de apoio reserva-se o direito de conferir as informações prestadas por meio de consultas e visitas às empresas emitentes dos atestados.

### 11. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

11.1 O Agente de Contratação e equipe de apoio analisarão os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus Anexos.

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

### 12. DA POSSIBILIDADE DE PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS EM CONSÓRCIO:

12.1 Será admitida a participação de empresas em regime de consórcio, desde que atendidas às exigências contidas nos itens que se seguem:

12.1.1 As pessoas jurídicas que participarem organizadas em consórcio deverão apresentar, além dos documentos exigidos neste Edital, compromisso de constituição do consórcio, discriminando a empresa líder, estabelecendo responsabilidade solidária com a indicação do percentual de responsabilidade de cada consorciada, possuindo efeitos apenas entre elas, bem como a etapa da participação e na execução dos serviços, objeto da presente licitação.

12.1.2 É vedada a participação de pessoa jurídica consorciada em mais de um consórcio ou isoladamente, bem como de profissional em mais de uma empresa, ou em mais de um consórcio.

12.1.3 Os consorciados deverão apresentar compromisso de que não alterarão a constituição ou composição do consórcio, salvo expressamente autorizada pela **Secretaria Municipal de Comunicação** e condicionada à comprovação de que a nova empresa do consórcio possui, no



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



mínimo, os mesmos quantitativos para efeito de habilitação técnica e os mesmos valores para efeito de qualificação econômico-financeira apresentados pela empresa substituída para fins de habilitação do consórcio no presente processo licitatório.

12.1.4 Os consorciados deverão comprometer-se a apresentar, antes da assinatura do contrato decorrente desta licitação, o Instrumento de Constituição e o registro do Consórcio, subscrito por quem tenha competência em cada uma das empresas. O Contrato de consórcio deverá observar, as cláusulas deste Edital.

12.1.5 Atender, na íntegra, às disposições do artigo 15 da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais legislações pertinentes;

12.1.6 A quantidade máxima de membros permitida em cada consórcio será de 03 empresas consorciadas.

### **13 DO AGENTE DE CONTRATAÇÃO E EQUIPE DE APOIO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA:**

13.1 Esta Concorrência será processada e julgada pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que seguirá a forma delineada no artigo 10 da Lei 12.232/2010.

13.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

13.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, 1 (um) dos membros da subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Araguari-MG.

13.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, previamente publicada no Diário Oficial do Município, gravada e transmitida ao vivo, a ser realizada na Secretaria Municipal de Comunicação, em dia e horário a ser definido, entre os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes **com vínculo** com a Prefeitura Municipal de Araguari-MG e 3 (três) integrantes **sem vínculo** com a Prefeitura Municipal de Araguari-MG, previamente cadastrados pela Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM.

13.3.1 No ato do sorteio dos membros que comporão a Subcomissão Técnica o primeiro sorteado será necessariamente o presidente da Subcomissão.

13.3.2 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

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

13.3.4 O sorteio será processado pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Araguari-MG, nos termos dos subitens 13.2.1, 13.3 e 13.3.2 deste Edital.

13.3.5 A relação prevista no item 13.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Araguari-MG.

13.3.6 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 13.3, mediante a apresentação ao Agente de Contratação e Equipe de Apoio de justificativa para a exclusão.

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

13.3.8 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

13.3.8.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no item 13.3 e 13.3.2 deste Edital.

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

13.3.9 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.3.3 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

13.3.10 Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência, observado o modelo abaixo:

**SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**ORIENTAÇÕES GERAIS**

Esta Concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Agente de Contratação e equipe de apoio, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das Propostas Técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem do Agente de Contratação e equipe de apoio, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

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

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



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**TERMO DE RESPONSABILIDADE**

2. Eu, ....., CPF nº ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência nº xxx/2025, realizado pela SECRETARIA MUNICIPAL DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, para a contratação de agência de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, a:

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

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

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

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

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

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

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

VIII - NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pelo Agente de Contratação e equipe de apoio.

Data: \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_.

Assinatura

## 14 DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS:

14.1 A juízo do Agente de Contratação e equipe de apoio, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas no site da PMA <https://www.araguari.mg.gov.br/licitacoes-portal>, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município de Araguari é obrigatória:

- nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



## 15 DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1 Qualquer licitante poderá manifestar imediatamente a intenção de recorrer, com registro em ata, quando lhe será concedido o prazo de **03 (três) dias úteis** para apresentação das razões do recurso em face de:

- a) Proposta Técnica;
- b) Proposta de Preços;
- c) Habilitação;

15.2 O recurso deverá ser dirigido a Comissão de Contratação, e protocolizado na sede da SECRETARIA MUNICIPAL DE LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, localizada no Palácio dos Ferroviários, à Praça Gaioso Neves Nº 129, Centro, Araguari-MG, CEP 38.440-001 ou enviado por meio eletrônico.

**15.2.1 NÃO SERÃO ADMITIDAS RAZÕES E CONTRARRAZÕES DE RECURSOS, sem nome ou razão social, CNPJ, telefone, endereço eletrônico (e-mail) e assinatura do representante legal.**

15.2.2 O licitante deverá certificar-se do recebimento pela **SECRETARIA MUNICIPAL DE LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**, caso o faça por meio eletrônico, isentando o Município de Araguari/MG de quaisquer responsabilidades por falha na transmissão de dados via internet.

15.3 Os demais licitantes ficam desde logo, intimados para, caso queiram, apresentar contrarrazões em **até 03 (três) dias úteis** que começarão a correr do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos autos;

**15.3.1 As razões recursais serão disponibilizadas no site do Município de Araguari-MG, ao final do prazo para apresentação dos recursos, momento pelo qual será iniciado o prazo para apresentação das contrarrazões, conforme descrito no subitem 15.3.**

15.3.2 Os licitantes são responsáveis pela contagem dos prazos acima mencionados, bem como pelo acompanhamento das publicações ocorridas no endereço eletrônico <https://www.araguari.mg.gov.br/licitacoes-portal>, ficando a Administração Pública isenta de quaisquer responsabilidades por perda de prazo.

### **15.4A APRECIACÃO DAR-SE-Á EM FASE ÚNICA.**

15.5 A falta de manifestação imediata da licitante importará a preclusão do direito de recurso e consequentemente haverá a adjudicação do objeto da licitação pela autoridade competente ao vencedor;

15.6 O acolhimento de recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

15.7 Recebido, examinado e decidido o recurso, a Comissão de Contratação, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

15.8 Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados, na **Secretaria Municipal de Licitações, Compras, Contratos e Tecnologia da Informação**.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



## 16 DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

16.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelo Agente de Contratação, Equipe de Apoio e pelos representantes das licitantes presentes.

- a) A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 6.2 deste Edital.
- b) Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.
- c) Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.
- d) O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas neste julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.
- e) Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pelo Agente de Contratação e Equipe de Apoio quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 13.3.10.
- f) Qualquer tentativa de licitante influenciar o Agente de Contratação, a Equipe de Apoio ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.
- g) Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.
- h) O Agente de Contratação e Equipe de Apoio poderão alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

### **Primeira Sessão**

16.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 7.4 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 6.2 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

16.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pelo o Agente de Contratação e Equipe de Apoio se:

- a) não estiver identificado;



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

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

16.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 16.2.1, o Agente de Contratação e Equipe de Apoio não receberão o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

16.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

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

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

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

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

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 14 deste Edital.

16.2.2.1 O Agente de Contratação e a Equipe de Apoio, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 16.2.2, adotarão medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

16.2.2.1.1 Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega ao Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

16.2.2.2 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, o Agente de Contratação e Equipe de Apoio ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, o Agente de Contratação e Equipe de Apoio desclassificarão a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.3 O Agente de Contratação e Equipe de Apoio não lançarão nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 16.2.2 acima.

16.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pelo Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

16.2.5 Serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

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



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



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

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

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

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

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

16.2.5.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do item 2.9 do Anexo I, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.5.2 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do item 2.9 do Anexo I, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

16.2.6 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 16.2.5 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

### **Segunda Sessão**

16.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, o Agente de Contratação e Equipe de Apoio convocarão as licitantes, na forma do item 14, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) identificar as pontuações das Propostas Técnicas de cada licitante, conforme disposto no Anexo I, e informar que as mesmas serão publicadas na forma do item 14, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 15 deste Edital.

16.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação do Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

### **Terceira Sessão**

16.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Agente de Contratação e Equipe de Apoio convocarão as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 14, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelo Agente de Contratação e Equipe de Apoio e pelos representantes das licitantes presentes através de representante por eles indicado;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar as pontuações das Propostas de Preços de cada licitante, conforme disposto no Anexo I;
- f) identificar a Nota Média Ponderada Final (NMP) de cada licitante, conforme disposto no Anexo I;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 14, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 15 deste Edital.

### **Quarta Sessão**

16.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Agente de Contratação e Equipe de Apoio convocarão as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 14, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelo Agente de Contratação e Equipe de Apoio e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 14, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'a' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

g) informar que será publicado, na forma do item 14, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## **17. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

17.1 Reconhecida a habilitação, o objeto licitado será homologado e adjudicado à agência de propaganda que vencer a concorrência, observada a ordem de classificação das propostas.

17.1.1 Na hipótese de alguma das agências vencedoras não se interessar e renunciar ao direito, decairá do direito à contratação, e estará sujeita às sanções previstas no § 5º do art. 90 da Lei 14.133/2021.

17.1.2 Na hipótese prevista no subitem 17.1.1, o Agente de Contratação reserva-se ao direito de convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das propostas, e observado o disposto no § 2º do art. 90 da Lei 14.133/2021.

## **18. DO RESULTADO DA CONCORRÊNCIA**

18.1 O resultado final da Concorrência constará da Ata de Julgamento e será publicado no Diário Oficial do Município de Araguari, salvo se todas as licitantes estiverem presentes e decidirem por comunicação direta aos interessados. Neste caso, uma ata deve ser lavrada e um prazo de 3 dias úteis será dado para interposição de recursos, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

## **19. DA GARANTIA**

19.1 Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, podendo o Contratado optar pela caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia, fiança bancária ou título de capitalização, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor anual da contratação.

19.2. Em caso de opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária deverá apresentá-la, no máximo, até a data de assinatura do contrato.

19.3. A apólice de seguro-garantia deverá ter validade durante a vigência do contrato e por mais 90



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



(noventa) dias após término deste prazo de vigência, permanecendo em vigor mesmo que o Contratado não pague o prêmio nas datas convencionadas.

19.4. Caso o adjudicatário não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, ocorrerá a preclusão do direito de escolha dessa modalidade de garantia.

19.5. A apólice de seguro-garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

19.6. Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvados os períodos de suspensão contratual.

19.7. Caso o adjudicatário não opte pelo seguro-garantia ou não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, deverá apresentar, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contado da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia nas modalidades de caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, fiança bancária ou títulos de capitalização.

19.8. Caso seja a garantia em dinheiro a modalidade de garantia escolhida pelo Contratado, deverá ser efetuada em favor do Contratante, em conta específica na Caixa Econômica Federal, com correção monetária.

19.9. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério competente.

19.10. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

19.11. Na hipótese de opção pelo título de capitalização, a garantia deverá ser custeada por pagamento único, com resgate pelo valor total, sob a modalidade de instrumento de garantia, emitido por sociedades de capitalização regulamente constituídas e autorizadas pelo Governo Federal.

19.12. O título de capitalização deverá ser apresentado ao Contratante juntamente com as condições gerais e o número do processo administrativo sob o qual o plano de capitalização foi aprovado pela Susep (art. 8º, III, da Circular SUSEP nº 656, de 11 de março de 2022).

19.13. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, sob pena de não aceitação, o pagamento de:

19.13.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

19.13.2. Multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e

19.13.3. Obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pelo Contratado.

19.14. Em caso de seguro-garantia, a apólice deverá ter cobertura para pagamento direto ao empregado após decisão definitiva em processo administrativo que apure montante líquido e certo a ele devido em razão de inadimplência do Contratado, independentemente de trânsito em julgado de decisão judicial.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



19.15. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

19.16. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o Contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

19.17. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contados da data em que for notificada.

19.18. O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

19.19. O emitente da garantia ofertada pelo Contratado deverá ser notificado pelo Contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

19.20. Caso se trate da modalidade seguro-garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro, nos termos do art. 20 da Circular Susep nº 662, de 11 de abril de 2022.

19.21. Extinguir-se-á a garantia com a restituição da carta fiança, autorização para a liberação de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia ou anuência ao resgate do título de capitalização, acompanhada de declaração do Contratante, mediante termo circunstanciado, de que o Contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato.

19.22. A extinção da garantia na modalidade seguro-garantia observará a regulamentação da Susep.

19.23. A Administração deverá apurar se há alguma pendência contratual antes do término da vigência da apólice.

19.24. A garantia somente será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.

19.25. O Contratado autoriza o Contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista no Termo de Referência.

19.26. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo Contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à Contratada.

19.27. A garantia de execução é independente de eventual garantia do produto ou serviço prevista neste Termo de Referência.

## **20. DAS SANÇÕES**

20.1 A licitante ou contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste edital, conforme disposições do artigo 155 da Lei 14.133/21 ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas no artigo 156 e seguintes da Lei 14.133/21, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

20.1.1 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



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



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 artigo 5º da Lei n. 12.846, de 1º de agosto de 2013.

20.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas constantes do artigo 155 da lei 14.133/21 e relacionadas no subitem 20.1.1. deste edital, as seguintes infrações:

I - advertência;

II - multa;

III - impedimento de licitar e contratar;

IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

20.2.1 A sanção de advertência será aplicada exclusivamente pela infração administrativa de dar causa à inexecução parcial do contrato.

20.2.2 A sanção de multa, será de no mínimo 0,5% (meio por cento) e no máximo de 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado ou celebrado com contratação direta, aplicável ao responsável pelas infrações constantes do artigo 155 da Lei 14.133/21.

20.2.3 A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas:

a) dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração;

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;



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



f) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

20.2.4 A aplicação das sanções previstas no artigo 156 da lei 14.133/21 não exclui a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

20.3. Na aplicação das sanções previstas no artigo 156 da lei 14.133/21 será facultada defesa ao interessado nos prazos e condições especificadas no artigo 157 da mesma lei.

## **21. DA REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO**

21.1 A autoridade competente para determinar a contratação poderá revogar a licitação em face de razões de interesse público, derivadas de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante ato escrito e fundamentado, nos termos do art. 71 da Lei Federal 14.133/2021.

21.2. A anulação do procedimento licitatório induz à anulação do contrato.

21.3. No caso de revogação ou anulação da presente licitação, ficam assegurados o contraditório e a ampla defesa.

## **22. DO RECEBIMENTO DO OBJETO**

22.1 Os recebimentos provisório e definitivo serão realizados na forma do artigo 140, inciso I da Lei nº 14.133/2021, observadas as demais condições previstas neste item para o recebimento dos serviços.

## **23. DA ASSINATURA DO CONTRATO**

23.1 Após a homologação da concorrência pela autoridade competente, as licitantes vencedoras serão convocadas a assinar o contrato nos termos da Minuta - Anexo C deste Edital, no prazo de 05 (cinco) dias após a notificação da Secretaria Municipal de Logística, Licitações, Compras, Contratos e Tecnologia da Informação, devendo demonstrar, também neste prazo, que as certidões apresentadas por ocasião da habilitação encontram-se válidas.

23.2. Quando da celebração de termos aditivos ao contrato, será exigido das agências a documentação citada no item 23.1, acima descrita.

## **24. DO ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO**

24.1 As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em site próprio aberto para o contrato, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

24.1.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

24.2 A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



## **25. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO**

25.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados à Prefeitura Municipal de Araguari-MG para pagamento deverão ser acompanhados da respectiva nota fiscal, bem como a demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa e/ou demais especificações, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente.

25.1.1 Pertencem à Prefeitura Municipal de Araguari-MG as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

25.1.1.1 É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 25.1.1 acima.

25.2 A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 25.1.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

25.3 Sob pena de aplicação das sanções previstas no caput do artigo 163 da Lei 14.133/2021, a agência de propaganda não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 25.1.1.1 aos interesses da Prefeitura Municipal de Araguari-MG, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

25.4 O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do 163 da Lei 14.133/2021.

25.5 Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

25.6 Para o serviço de distribuição de peças por meio das plataformas digitais previstas no item 9.2 deste Edital, será permitido o pagamento anterior ao impulsionamento de campanhas desde que devidamente justificado e comprovada a condição indispensável para o impulsionamento, demonstrando-se a impossibilidade de se proceder o faturamento posterior à execução do serviço, observando o disposto no art. 12, II da Lei Federal 14.133/2021.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



25.7 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA à Prefeitura Municipal de Araguari-MG de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme consta da Minuta Contratual - Anexo C.

25.8.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM.

25.8.1.1 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto no inciso II, do art. 75, da Lei 14.133/2021, está dispensado do procedimento previsto no subitem acima.

25.9 A Prefeitura Municipal de Araguari-MG considerará cancelada a nota fiscal/fatura relativa à compra de espaço para a veiculação de publicidade e ou fornecimento de serviços e suprimentos de terceiros, que for recebida após 180 (cento e oitenta) dias da emissão das respectivas autorizações e se os saldos de empenho tiverem sido cancelados automaticamente pela Secretaria Municipal de Fazenda, de acordo com a legislação orçamentária.

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

25.11 A CONTRATADA deverá ter ciência e conhecimento das regras e dos procedimentos descritos no Manual de Marca e demais documentos constantes no site da PMA <http://www.araguari.mg.gov.br>.

## **26 DAS DISPOSIÇÕES COMPLEMENTARES**

26.1 É facultada ao Agente de Contratação e Equipe ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.

26.2 O Agente de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

26.3 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a Prefeitura Municipal de Araguari tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

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

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



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



26.5 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

26.6 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o § 3º, art. 170 da Lei nº 14.133/2021.

26.7 Nos procedimentos licitatórios realizados pelo Município de Araguari serão observadas as determinações que se seguem.

26.8 O Município de Araguari exige que os licitantes/contratados observem o mais alto padrão de ética durante a licitação e execução dos contratos. Em consequência desta política, define, com os propósitos dessa disposição, os seguintes termos:

26.8.1 “prática corrupta” significa a oferta, a doação, o recebimento ou a solicitação de qualquer coisa de valor para influenciar a ação de um agente público no processo de licitação ou execução do contrato;

26.8.2 “prática fraudulenta” significa a deturpação dos fatos a fim de influenciar um processo de licitação ou a execução de um contrato em detrimento do CONTRATANTE;

26.8.3 “prática conspiratória” significa um esquema ou arranjo entre os concorrentes (antes ou após a apresentação da proposta) com ou sem conhecimento do CONTRATANTE, destinado a estabelecer os preços das propostas a níveis artificiais não competitivos e privar o CONTRATANTE dos benefícios da competição livre e aberta;

26.8.4 “prática coercitiva” significa prejudicar ou ameaçar prejudicar, diretamente ou indiretamente, pessoas ou suas propriedades a fim de influenciar a participação delas no processo de licitação ou afetar a execução de um contrato;

26.8.5 “prática obstrutiva” significa:

26.8.5.1 destruir, falsificar, alterar ou esconder intencionalmente provas materiais para investigação ou oferecer informações falsas aos investigadores com o objetivo de impedir uma investigação do CONTRATANTE ou outro órgão de controle sobre alegações de corrupção, fraude, coerção ou conspiração; significa ainda ameaçar, assediar ou intimidar qualquer parte envolvida com vistas a impedir a liberação de informações ou conhecimentos que sejam relevantes para a investigação; ou

26.8.5.2 agir intencionalmente com o objetivo de impedir o exercício do direito do CONTRATANTE ou outro órgão de controle de investigar e auditar.

26.9 O Município de Araguari rejeitará a proposta e aplicará as sanções previstas na legislação vigente se julgar que o licitante, diretamente ou por um agente, envolveu-se em práticas corruptas, fraudulentas, conspiratórias ou coercitivas durante o procedimento licitatório.

26.10 A ocorrência de qualquer das hipóteses acima elencadas, deve ser encaminhada à Controladoria-Geral do Município para adoção das medidas cabíveis.

26.11 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Agente de Contratação e Equipe de Apoio comunicarão os fatos verificados à Procuradoria Geral do Município e à Controladoria-Geral do Município, para as providências cabíveis.

26.12 O foro competente para dirimir quaisquer controvérsias oriundas da presente concorrência será o da comarca de Araguari-MG, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



**27 DOS ANEXOS**

27.1 ANEXO A - Termo de Referência

Apêndice do Termo de Referência - Estudo Técnico Preliminar

27.2 ANEXO B - Modelo de Procuração

27.3 ANEXO C - Minuta de Contrato

27.4 ANEXO D - Modelo de Declarações

27.5 ANEXO E - Briefing

27.6 ANEXO F - Conteúdo da Proposta Técnica

27.7 ANEXO G - Planilhas para Julgamento da Proposta Técnica

27.8 ANEXO H - Modelo de Proposta de Preços

27.9 ANEXO I - Procedimento para Julgamento das Propostas

Araguari-MG 07 de maio de 2025.

**JOAQUIM FERNANDES SOARES**  
**SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO**



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



## ANEXO A - TERMO DE REFERÊNCIA

(Processo Administrativo nº 038/2025)

Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021

Data	Órgão/Entidade solicitante	Nº Requisições
	Secretaria de Comunicação	1085-2025
	Secretaria de Saúde	818-2025
	Secretaria de Desenvolvimento Social	914-2025
	Secretaria de Desenvolvimento Social	915-2025
	Secretaria de Desenvolvimento Social	916-2025

### 1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. O presente Termo de Referência tem por objeto a prestação de serviço de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme especificações, exigências e quantidades estabelecidas neste documento.

Item	Código	Descrição	Un.	Unid. Gestora	Valor R\$
01	02600014	Contratação de empresa para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios e iniciativas, instituições ou de informar o público em geral, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento	SV	SECOM	1.000.000,00
			SV	SAÚDE	500.000,00
			SV	DESENVOLVIMENTO SOCIAL	50.000,00
<b>TOTAL...</b>					<b>1.550.000,00</b>

(\*) Valor total estimado: R\$1.550.000,00 (um milhão, quinhentos e cinquenta mil reais).

1.2. O prazo de vigência da contratação é de 05 (cinco) anos, contados da assinatura do contrato, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, respeitada a vigência máxima decenal, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021

1.3. Os serviços de publicidade podem se enquadrar como serviço contínuo baseado em decisão do TCE que entendeu ser possível a prorrogação com fulcro no citado dispositivo, desde que: i) seja identificada e demonstrada a necessidade permanente do serviço pela Administração Pública, ii) haja previsão no edital da respectiva licitação e no contrato, iii) haja previsão no plano plurianual e na lei orçamentária anual e iv) seja



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



previamente justificada a efetiva vantagem econômica da prorrogação contratual para a administração, além de v) respeitada a legislação aplicável, notadamente a Lei Federal nº 12.232/2010, e, complementarmente, as Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993. Confira-se a ementa do julgado:

*CONSULTA. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. SERVIÇOS EXECUTADOS DE FORMA CONTÍNUA. PRORROGAÇÃO ADMISSÍVEL. REQUISITOS. NECESSIDADE PERMANENTE. VANTAJOSIDADE PARA A ADMINISTRAÇÃO. 1. Os contratos de publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas de orientação social ou de caráter informativo, com agências de publicidade, podem ser considerados de natureza contínua, sendo possível prorrogar a sua duração por iguais e sucessivos períodos (art. 57, II, Lei n. 8.666/93) desde que identificada a necessidade permanente da Administração Pública. 2. A prorrogação de contratos de serviços de execução contínua está condicionada à previsão no edital da respectiva licitação e no contrato, à demonstração da permanente necessidade do serviço, à previsão no plano plurianual e na lei orçamentária anual, e à justificação prévia da efetiva vantagem econômica da prorrogação contratual para a administração, além de respeitada a legislação aplicável, notadamente Lei n. 12.232/10, e, complementarmente, as Leis n. 4.680/65 e n. 8.666/93." (Consulta N. 1007553, Rel. Cons. Sebastião Helvécio de 14/08/19) (g.n.)*

1.4. As características de essencialidade e habitualidade, requisitos dos serviços continuados, são largamente percebidas no tocante aos serviços de publicidade. A descontinuidade da contratação lesaria o município em demandas essenciais voltadas para o atendimento de necessidades públicas permanentes, tais como as campanhas publicitárias informativas, de prestação de contas e de utilidade pública, essenciais para transparência, participação e controle social do cidadão.

1.5. Inúmeros são os exemplos publicitários que ilustram a impossibilidade de paralisação: campanhas de saúde para vacinação; campanhas de prevenção de doenças como Aids, dengue, sarampo, gripe e influenza; campanhas de matrículas e cadastramento escolar; campanha de prevenção a chuvas ou combate a incêndios; campanhas de incentivo ao turismo e ao esporte; campanhas de combate à violência contra a mulher e contra a criança e adolescente, dentre tantas outras.

1.6. Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Araguari, a interrupção dos serviços de publicidade pode comprometer a execução de serviços de suma importância prestados à sociedade, em observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

1.7. Portanto, fica clara a vantajosidade da contratação plurianual no presente caso. Nesse sentido, é fundamental que haja previsão no edital de licitação e no contrato a possibilidade de prorrogação contratual ao final dos 05 (cinco) anos iniciais, em até 10 (dez) anos, mediante justificativa.

1.8. O contrato ou outro instrumento hábil que o substitua oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

2.1. A Fundamentação da Contratação e seus quantitativos encontram-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

2.2. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2025, conforme consta das informações básicas desse Termo de Referência.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



### 3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

3.1. A descrição da solução como um todo, encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

### 4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

#### ***Sustentabilidade***

4.1 Foi realizada a consulta no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis da AGU e, não tendo sido evidenciado aplicação de requisitos de sustentabilidade a serem observados pela futura contratada para execução do objeto, chegou-se à conclusão que a presente contratação não envolve impactos diretos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas, no âmbito das “Obrigações da Contratada”, estabelecendo dentre as obrigações a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

#### ***Indicação de marcas ou modelos***

4.2. Não se aplica.

#### ***Da vedação de utilização de marca/produto na execução do serviço***

4.3. Não se aplica.

#### ***Da exigência de carta de solidariedade***

4.4. Não se aplica.

#### ***Subcontratação***

4.5. Conforme Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, não será admitida a subcontratação do objeto contratual a outra agência de propaganda no caso de serviços de publicidade e, de maneira análoga, aos demais serviços de comunicação abrangidos, no que couber.

#### ***Garantia da contratação***

4.6. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, podendo o Contratado optar pela caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia, fiança bancária ou título de capitalização, em valor correspondente a **5% (cinco por cento)** do valor anual da contratação.

4.7. Em caso de opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária deverá apresentá-la, no máximo, até a data de assinatura do contrato.

4.8. A apólice de seguro-garantia deverá ter validade durante a vigência do contrato e por mais 90 (noventa) dias após término deste prazo de vigência, permanecendo em vigor mesmo que o Contratado não pague o prêmio nas datas convencionadas.

4.9. Caso o adjudicatário não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, ocorrerá a preclusão do direito de escolha dessa modalidade de garantia.

4.10. A apólice de seguro-garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

4.11. Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvados os períodos de suspensão contratual.

4.12. Caso o adjudicatário não opte pelo seguro-garantia ou não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, deverá apresentar, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contado da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia nas modalidades de caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, fiança bancária ou títulos de



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



capitalização.

4.13. Caso seja a garantia em dinheiro a modalidade de garantia escolhida pelo Contratado, deverá ser efetuada em favor do Contratante, em conta específica na Caixa Econômica Federal, com correção monetária.

4.14. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério competente.

4.15. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

4.16. Na hipótese de opção pelo título de capitalização, a garantia deverá ser custeada por pagamento único, com resgate pelo valor total, sob a modalidade de instrumento de garantia, emitido por sociedades de capitalização regulamente constituídas e autorizadas pelo Governo Federal.

4.17. O título de capitalização deverá ser apresentado ao Contratante juntamente com as condições gerais e o número do processo administrativo sob o qual o plano de capitalização foi aprovado pela Susep (art. 8º, III, da Circular SUSEP nº 656, de 11 de março de 2022).

4.18. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, sob pena de não aceitação, o pagamento de:

4.18.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

4.18.2. Multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e

4.18.3. Obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pelo Contratado.

4.19. Em caso de seguro-garantia, a apólice deverá ter cobertura para pagamento direto ao empregado após decisão definitiva em processo administrativo que apure montante líquido e certo a ele devido em razão de inadimplência do Contratado, independentemente de trânsito em julgado de decisão judicial.

4.20. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

4.21. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o Contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

4.22. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contados da data em que for notificada.

4.23. O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

4.24. O emitente da garantia ofertada pelo Contratado deverá ser notificado pelo Contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

4.25. Caso se trate da modalidade seguro-garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro, nos termos do art. 20 da Circular Susep nº 662, de 11 de abril de 2022.

4.26. Extinguir-se-á a garantia com a restituição da carta fiança, autorização para a liberação de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia ou anuência ao resgate do título de capitalização, acompanhada de declaração do Contratante, mediante termo circunstanciado, de que o Contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato.

4.27. A extinção da garantia na modalidade seguro-garantia observará a regulamentação da Susep.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



- 4.28. A Administração deverá apurar se há alguma pendência contratual antes do término da vigência da apólice.
- 4.29. A garantia somente será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.
- 4.30. O Contratado autoriza o Contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista neste Termo de Referência.
- 4.31. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo Contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à Contratada.
- 4.32. A garantia de execução é independente de eventual garantia do produto ou serviço prevista neste Termo de Referência.

**Vistoria**

- 4.33. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

**Instalação de escritório**

- 4.34. Acórdão nº 1176/2021 – TCU – Plenário, “É irregular a exigência de que o Contratado instale escritório em localidade específica, sem a devida demonstração de que tal medida seja imprescindível à adequação execução do objeto licitado, considerando os custos a serem suportados pelo Contratado, ...”.

**Margem de preferência**

- 4.35. Não se aplica.

**5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

**Condições de execução**

- 5.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:
- 5.1.1. Início da execução do objeto: a partir da emissão da ordem de serviço.
- 5.1.2. Descrição detalhada dos métodos, rotinas, etapas, tecnologias procedimentos, frequência e periodicidade de execução do trabalho: o serviço é realizado conforme demanda e mediante a emissão de ordens de serviço.
- 5.1.3. Cronograma de realização dos serviços: alguns serviços seguem datas específicas como campanhas de vacinação, campanhas institucionais (outubro rosa, novembro azul, etc.), matrículas escolares, etc., outros seguem demandas que surgem ocasionalmente, como operações de tapa-buracos, capina, apreensão de animais, inaugurações de postos de saúde, escolas e etc.
- 5.1.4. O serviço, de uma forma geral, segue as etapas de emissão de ordem de serviço, criação/desenvolvimento de peças/orçamento, aprovação pelo Gestor da pasta, produção ou veiculação do anúncio, emissão da nota fiscal e envio para a Secretaria junto com os comprovantes do serviço realizado e das certidões negativas atualizadas (da Agência/Contratada e do fornecedor) para confecção do empenho e posterior pagamento.
- 5.1.5. A Contratada deverá executar os serviços dentro da melhor técnica possível, prestando rigorosa observância às normas deontológicas e deste Termo de Referência, às ordens do Contratante e ao estabelecido em sua proposta.

**Local e horário da prestação dos serviços**

- 5.2. Os serviços serão prestados no endereço da Contratante, no Município de Araguari, Estado de Minas Gerais.
- 5.3. Os serviços serão prestados no seguinte horário: conforme a demanda e sua urgência.

**Rotinas a serem cumpridas**

- 5.4. A execução contratual observará as rotinas: conforme explicado no item 5.1. acima.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



***Materiais a serem disponibilizados***

5.5. Serão disponibilizadas artes impressas, pen drives, arquivos digitais para aprovação e comprovação além de exemplares de jornais, revistas, panfletos, arquivos fotográficos e demais materiais afins.

***Informações relevantes para o dimensionamento da proposta***

5.6. Conforme Briefing (anexo), aplicando-se integralmente a Lei nº 12.232/2010.

***Especificação da garantia do serviço***

5.7. O prazo de garantia contratual dos serviços é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

***Procedimentos de transição e finalização do contrato***

5.8. Não serão necessários procedimentos de transição e finalização do contrato devido às características do objeto.

**6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

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

6.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e o Contratado devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4. O órgão ou entidade poderá convocar o preposto da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução do Contratado, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

***Preposto***

6.6. O Contratado designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto Contratado.

6.7. O Contratado não necessitará manter preposto da empresa no local da execução do objeto durante o período de vigência do contrato.

6.8. O Contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que o Contratado designará outro para o exercício da atividade.

***Rotinas de Fiscalização***

6.9. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos fiscais do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

***Fiscalização***

6.10. O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.11. O fiscal do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas



## MUNICÍPIO DE ARAGUARI SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



ou dos defeitos observados.

6.12. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

6.13. O fiscal do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

6.14. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

6.15. O fiscal do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual.

6.16. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade do Contratado, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade do Contratante ou de seus agentes, gestores e fiscais, de conformidade.

6.17. As disposições previstas neste Termo de Referência não excluem o disposto no Anexo VIII da Instrução Normativa SEGES/MP nº 05, de 2017, aplicável no que for pertinente à contratação, por força da Instrução Normativa Seges/ME nº 98, de 26 de dezembro de 2022.

6.18. O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

6.19. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

### **Gestor do Contrato**

6.20. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).

6.21. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).

6.22. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).

6.23. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).

6.24. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



6.25. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).

6.26. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

## **7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO**

7.1. A avaliação da execução do objeto será realizada por instrumento elaborado pelo setor técnico da Secretaria de Comunicação para aferição da qualidade da prestação dos serviços.

7.2. O pagamento será realizado por tarefa, mediante a apresentação da fatura, devendo cada uma ser paga em um prazo não superior a 30 (trinta) dias contados a partir do atesto da Nota Fiscal, após comprovadas o adimplemento da contratada em todas as suas obrigações, já deduzidas as glosas e notas de débitos e do Certificado de Regularidade Fiscal (CRF), destinado a comprovar a regularidade com os Fiscos Federal, Estadual e Municipal, com o FGTS, INSS e negativa de débitos trabalhistas (CND), observadas as disposições deste Termo de Referência

7.3. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

7.3.1. não produziu os resultados acordados,

7.3.2. deixou de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

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

### ***Do recebimento***

7.4. Os serviços serão recebidos pelo fiscal do contrato, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo.

7.5. O prazo para recebimento será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do Contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.

7.6. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no recebimento provisório.

7.7. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no recebimento.

7.8. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.9. Quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o Termo Detalhado deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em relação à fiscalização técnica e administrativa e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



7.10. O recebimento não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

### **Liquidação**

7.11. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §3º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.

7.12. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021

7.13. Para fins de liquidação, o setor competente deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

7.13.1. o prazo de validade;

7.13.2. a data da emissão;

7.13.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

7.13.4. o período respectivo de execução do contrato;

7.13.5. o valor a pagar; e

7.13.6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.14. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o Contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao Contratante.

7.15. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

7.16. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação/contratação no âmbito do órgão ou entidade, tais como a proibição de contratar com a Administração ou com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas (INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 26 DE ABRIL DE 2018).

7.17. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do Contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do Contratante.

7.18. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o Contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do Contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

7.19. Persistindo a irregularidade, o Contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao Contratado a ampla defesa.

7.20. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o Contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**Prazo de pagamento**

7.21. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 10 (dez) dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022.

7.22. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao Contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.

**Forma de pagamento**

7.23. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo Contratado.

7.24. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

7.25. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

7.25.1. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

7.26. O Contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

**Antecipação de pagamento**

7.27. Não se aplica.

**Cessão de crédito**

7.28. É admitida a cessão fiduciária de direitos creditícios com instituição financeira, nos termos e de acordo com os procedimentos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de julho de 2020, conforme as regras deste presente tópico.

7.28.1. As cessões de crédito não abrangidas pela Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de julho de 2020, dependerão de prévia aprovação do Contratante.

7.29. A eficácia da cessão de crédito não abrangida pela Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de julho de 2020, em relação à Administração, está condicionada à celebração de termo aditivo ao contrato administrativo.

7.30. Sem prejuízo do regular atendimento da obrigação contratual de cumprimento de todas as condições de habilitação por parte do Contratado (cedente), a celebração do aditamento de cessão de crédito e a realização dos pagamentos respectivos também se condicionam à regularidade fiscal e trabalhista do cessionário, bem como à certificação de que o cessionário não se encontra impedido de licitar e contratar com o Poder Público, conforme a legislação em vigor, ou de receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, conforme o art. 12 da Lei nº 8.429, de 1992, nos termos do Parecer JL-01, de 18 de maio de 2020.

7.31. O crédito a ser pago à cessionária é exatamente aquele que seria destinado à cedente (Contratado) pela execução do objeto contratual, restando absolutamente incólumes todas as defesas e exceções ao pagamento e todas as demais cláusulas exorbitantes ao direito comum aplicáveis no regime jurídico de direito público incidente sobre os contratos administrativos, incluindo a possibilidade de pagamento em conta vinculada ou de pagamento pela efetiva comprovação do fato gerador, quando for o caso, e o desconto de multas, glosas e prejuízos causados à Administração.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



7.32. A cessão de crédito não afetará a execução do objeto contratado, que continuará sob a integral responsabilidade do Contratado.

## 8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO

### *Forma de seleção e critério de julgamento da proposta*

8.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento pelo TÉCNICA E PREÇO.

8.2. O tipo de modalidade Concorrência Presencial se justifica pelo fato de que a Prefeitura Municipal de Araguari não possui nenhum software para assegurar a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes.

### *Regime de Execução*

8.3. O regime de execução do objeto será de empreitada global.

### *Exigências de habilitação*

8.4. Para fins de habilitação, deverá o interessado comprovar os requisitos elencados na Lei nº 12.232/2010, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

### *Habilitação jurídica*

8.5. **Pessoa física:** cédula de identidade (RG) ou documento equivalente que, por força de lei, tenha validade para fins de identificação em todo o território nacional;

8.6. **Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

8.7. **Microempreendedor Individual - MEI:** Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;

8.8. **Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal - SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI:** inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.9. **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.

8.10. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.11. **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz;

8.12. **Sociedade cooperativa:** ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



8.13. **Consórcio de empresas:** contrato de consórcio devidamente arquivado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis (art. 279 da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976) ou compromisso público ou particular de constituição, subscrito pelos consorciados, com a indicação da empresa líder, responsável por sua representação perante a Administração (art. 15, caput, I e II, da Lei nº 14.133, de 2021).

8.14. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

**Habilitação fiscal, social e trabalhista**

8.15. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

8.16. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de 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 elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

8.17. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

8.18. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

8.19. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Municipal relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

8.20. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

8.21. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

8.22. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

**Qualificação Econômico-Financeira**

8.23. Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do interessado, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação/contratação, ou de sociedade simples;

8.24. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;

8.25. Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido mínimo de R\$155.000,00 (cento e cinquenta e cinco mil reais), equivalente a 10% (dez por cento) do valor do contrato administrativo decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/21).

8.26. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:

8.26.1. Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

8.26.2. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura;

8.26.3. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos;

8.26.4. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

8.27. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação Patrimônio Líquido Mínimo de 0,5% (meio por cento), conforme consta no ETP.

8.28. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

8.29. O atendimento dos índices econômicos previstos neste termo de referência deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

#### **Qualificação Técnica**

8.30. Para participarem da licitação de publicidade, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria. Abaixo, alguns pontos de destaque:

8.31. Certificado do CENP: nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda:

*Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela [Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965](#), e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.*

*§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.*

8.32. Apresentação de atestado ou contrato: um requisito de participação é a “comprovação de aptidão para desempenho dos serviços de publicidade, mediante apresentação de ao menos 1 (um) atestado ou contrato firmado com pessoa jurídica de direito público ou privado que demonstre a criação e a veiculação de campanha publicitária realizada efetivamente, que tenha por orçamento um montante equivalente a 0,5% (meio por cento) do valor da licitação”.

8.33. A prática de se comprovar tal aptidão de desempenho das agências se mostra como uma prática válida e necessária para aferir a qualidade técnica e a expertise histórica da agência, ao estabelecer padrões



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



similares de valores, de amplitude e de abrangência necessários para a execução de serviços publicitários.

8.34. Nesta pretensa licitação, como se verá mais adiante, o valor da licitação será de um milhão, quinhentos e cinquenta mil reais e não haverá divisão do objeto em lotes. Para que se mantenha o caráter competitivo da concorrência e com o objetivo de não limitar a participação de agências no certame, o atestado de campanha ou contrato firmado exigido passa a corresponder a 0,5% (meio por cento) do valor da licitação. Tal medida visa ampliar a participação de agências e elevar o caráter competitivo da licitação, sem, no entanto, comprometer a capacidade mínima de atendimento ao contrato.

8.35. Para a prestação de serviços será contratada uma agência de propaganda, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei 12.232/2010.

8.36. A apresentação de certidões ou atestados de desempenho anterior emitido em favor de consórcio do qual tenha feito parte será admitido, desde que atendidos os requisitos do art. 67, §§ 10 e 11, da Lei nº 14.133/2021 e regulamentos sobre o tema.

### 9. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

9.1. O custo estimado total da contratação é de R\$1.550.000,00 (um milhão, quinhentos e cinquenta mil reais), conforme levantamento realizado e constante no item 8 do ETP anexo a este termo.

### 10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

10.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da União.

10.2. A contratação será atendida pelas seguintes dotações:

#### 10.2.1. Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO (ficha 710/0);

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0025 – Publicação e divulgação de interesse público;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

#### 10.2.2. Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 464/0)

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0002 – Apoio Administrativo;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

#### 10.2.3. Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 803/0);

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 – Atenção integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

#### 10.2.4. Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 822/0);

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 – Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



**10.2.5. Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 847/0);**

Fonte de recursos: 1.600;

Programa de trabalho: 0028 – Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

**10.2.6. Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 858/0);**

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 – Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

**10.2.7. Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 678/0);**

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0025 – Comunicação e Marketing;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

**10.2.8. Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 713/0);**

Fonte de recursos: 1.660;

Programa de trabalho: 0026 – Assistência, Inclusão e Controle Social;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

**10.2.9. Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 864/0);**

Fonte de recursos: 1.756;

Programa de trabalho: 0025 – Comunicação e Marketing;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros PJ;

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

## **11. DISPOSIÇÕES FINAIS**

11.1 As informações contidas neste Termo de Referência não são classificadas como sigilosas.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**APÊNDICE DO ANEXO A - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR - ETP**

**1 - INFORMAÇÕES BÁSICAS**

**Área Requisitante:** SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO.

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação dos serviços de publicidade buscando atender as necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Araguari, por meio da SECOM – Secretaria Municipal de Comunicação e assim promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução desses serviços com vistas a mitigar eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos.

**2 - ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO**

A contratação pretendida encontra amparo no Plano Plurianual e está inserida no Plano Anual de Contratações.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI  
ESTADO DE MINAS GERAIS  
República Federativa do Brasil

Emissão de DFD

Plano de Contratação Anual:	2025 / 02 - PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI [ Revisão ]					
Estrutura Administrativa:	18 - SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO					
Sequencial:	120					
Responsável:	BRUNA ANDRESSA MENDES FERREIRA					
Situação:	Aprovado					
Criação:	06/11/2024					
<b>Itens</b>						
Item	Natureza	Categoria	Unidade Medida	Valor Item	Quantidade	Total
892 - Propaganda e Publicidade	Serviço	(2) - Serviço	-	2.000.000,00	1	2.000.000,00
<b>Totais:</b>					<b>1</b>	<b>2.000.000,00</b>
<b>Movimentações</b>						
Data/Hora	Situação	Observação				
06/11/24 15:03	Elaboração	Revisão Original				
06/11/24 15:13	Análise	Enviado para análise				
10/12/24 15:05	Aprovado	APROVADO.				

**3 - DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE**

A necessidade da presente contratação, sob a perspectiva do interesse público, baseia-se no direito da população em conhecer/fiscalizar e no dever do administrador em divulgar/transparecer os atos praticados pela Administração. Cabe à Prefeitura de Araguari-MG desenvolver atividades orientadas a incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de interesse coletivo.

A comunicação governamental se baseia no princípio constitucional da publicidade, disposto no artigo 37 da Constituição Federal. O princípio da Publicidade do ato administrativo exige o desenvolvimento de serviços publicitários, como são os casos de divulgação de programas de governo e iniciativas estatais que asseguram a informação da população quanto à atuação do



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e de controle social, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades municipais.

Assim, ao licitar o serviço de publicidade, a Prefeitura de Araguari tem como objetivo promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade municipal relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

#### 4 - DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Seguem especificados os requisitos indispensáveis para atender à demanda de contratação de serviços de publicidade. Como se poderá observar, a maior parte dos requisitos estão regulamentados pela Lei nº 12.232/2010.

##### 4.1 Dos Requisitos de modalidade e tipo da licitação:

A Lei nº 12.232/10 prevê em seu artigo 5º que “As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no inciso XXXVIII, art. 6º da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, adotando-se como **obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço.”**”

O TCU apresenta vasta jurisprudência sobre o enquadramento do tipo de licitação que deve ser usado na contratação de serviços de predominância intelectual, como, por exemplo, o Acórdão 2172/2008 – Plenário: “Entendo como serviços de natureza intelectual aqueles em que a arte e a racionalidade humana sejam essenciais para a sua satisfatória execução. Não se trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo protocolos, métodos e técnicas pré-estabelecidos e conhecidos. [...] Ressalto, a propósito, que os serviços de caráter predominantemente intelectual devem ser licitados com a adoção dos tipos de licitação de melhor técnica ou técnica e preço. (...) Tal conclusão decorre dos preceitos contidos nos arts. 45, parágrafo 4º, e 46 da Lei nº 8.666/1993”.

Considerando o disposto na alínea ‘c’ do inciso XXXVIII, do art. 6º da Lei nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade **Concorrência**. Quanto ao tipo de licitação, dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar o tipo “**técnica e preço**”, para contratação de serviços de publicidade: a classificação das licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que as notas das Propostas Técnicas terão **peso 7** (sete) e as notas das Propostas de Preços terão **peso 3** (três).

O **peso maior de 7 (sete) para a Proposta Técnica** se justifica porque as características do serviço de publicidade são peculiares e diferenciadas e não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, portanto a vantagem da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. A vantagem maior reside na qualidade técnica e intelectual do serviço ofertado.

Por outro lado, será atribuído o **peso menor de 3 (três)** com o intuito de a seleção levar em conta não somente fatores de ordem técnica para avaliação do melhor serviço, mas também o fator preço, o que pode incentivar os licitantes a apresentarem propostas comerciais economicamente mais vantajosas para a Prefeitura de Araguari.

A adoção da licitação do tipo “técnica e preço” em detrimento do tipo “melhor técnica” encontra respaldo na palavras de Marçal Justen Filho, na página 236 de seu livro “Comentários à lei de



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



contratos de publicidade da administração – Lei nº 12.232/2010”:

*"Na licitação de melhor técnica, prevê-se um procedimento de negociação da Administração com os licitantes, o que não ocorre na licitação de técnica e preço. Se o licitante tiver formulado as propostas técnica e comercial mais bem classificadas, será considerado vencedor. Isso raramente ocorre. Usualmente, as propostas técnicas mais bem classificadas não são as de menor valor.*

*Prevê-se, nesses casos, que a Administração negocie com o autor da proposta técnica mais bem classificada, visando a obter a redução do preço apresentado até o valor da proposta comercial de menor valor. Se tiver êxito, aquele licitante será considerado vencedor.*

*Se o licitante autor da proposta técnica mais bem classificada recusar-se a reduzir o valor de sua proposta comercial até o montante daquela de menor valor, a Administração passará a negociar com o autor da segunda proposta técnica mais bem classificada e assim por diante. Ou seja, a finalidade é obter a proposta técnica de qualidade mais elevada com o preço da menor proposta comercial.*

*Portanto, numa licitação de melhor técnica é perfeitamente possível que se sagre vencedor o licitante que tiver ofertado proposta destituída de qualidade mais elevada. Por isso, é essencial nesse tipo de licitação que o edital preveja critérios superiores de aceitabilidade técnica da proposta. Se assim, não fizer, abrir-se-à oportunidade para sagrar-se vencedor um licitante que tiver formulado proposta de qualidade sofrível."*

Pelo exposto, recomenda-se a Concorrência de publicidade do tipo "técnica e preço", com os pesos respectivos de 7 (sete) e 3 (três).

#### **4.2 Dos requisitos da Proposta Técnica das licitantes:**

A Lei nº 12.232/2010 estabelece no inciso III do artigo 6º que "a proposta técnica será composta de um **plano de comunicação publicitária**, pertinente às informações expressas no briefing, e de um **conjunto de informações referentes ao proponente.**"

O **Plano de Comunicação Publicitária** já possui seu conteúdo estabelecido pelo artigo 7º da Lei nº 12.232/2010, conforme segue:

*Art.7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art.6º desta lei será composto dos seguintes quesitos:*

*I - raciocínio básico, sob a forma de texto que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;*

*II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;*

*III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;*

*IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente 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 disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.*



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



O **Conjunto de Informações**, por sua vez, “*será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes*”, conforme traz o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010.

Conforme disposto, a Proposta Técnica será composta de um **Plano de Comunicação Publicitária** e de um **Conjunto de Informações** referentes ao proponentes, que contemplam uma série de quesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, a saber:

INVÓLUCRO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA		
a)	Raciocínio Básico –	10 pontos
b)	Estratégia de Comunicação Publicitária –	20 pontos
c)	Ideia Criativa –	25 pontos
d)	Estratégia de Mídia e Não Mídia –	10 pontos
<b>TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS – 65 PONTOS</b>		

INVÓLUCRO 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		
a)	Capacidade de Atendimento –	15 pontos
b)	Repertório –	10 pontos
c)	Relatos –	10 pontos
<b>TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS – 35 PONTOS</b>		

As pontuações de cada quesito foram definidas conforme estudo realizado pelo Governo do Estado de Minas Gerais e que servirão de parâmetro também para a Prefeitura Municipal de Araguari por meio da consulta de editais lançados por outras administrações da esfera estadual.

ESTADO	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
BAHIA	Máximo 10 pts	Máximo 15 pts	Máximo 20 pts	Máximo 10 pts	Máximo 15 pts	Máximo 20 pts	Máximo 10 pts
CEARÁ	Máximo 10 pts	Máximo 20 pts	Máximo 25 pts	Máximo 10 pts	Máximo 15 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
DISTRITO FEDERAL	Máximo 15 pts	Máximo 20 pts	Máximo 20 pts	Máximo 10 pts	Máximo 15 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
ESPÍRITO SANTO	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts	Máximo 30 pts	Máximo 15 pts	Máximo 15 pts	Máximo 15 pts	Máximo 5 pts
GOIÁS	Máximo 10 pts	Máximo 25 pts	Máximo 25 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
PARÁ	Máximo 10 pts	Máximo 20 pts	Máximo 30 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
PARANÁ	Máximo 5 pts	Máximo 25 pts	Máximo 25 pts	Máximo 15 pts	Máximo 20 pts	Máximo 5 pts	Máximo 5 pts
PERNAMBUCO	Máximo 10 pts	Máximo 20 pts	Máximo 20 pts	Máximo 15 pts	Máximo 15 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
RIO DE JANEIRO	Mínimo 5%	Mínimo 20%	Mínimo 20%	Mínimo 10%	Máximo 25%	Máximo 10%	Máximo 10%
RIO GRANDE DO SUL	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts	Máximo 25 pts	Máximo 10 pts	Máximo 15 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
SANTA CATARINA	Peso 15	Peso 20	Peso 25	Peso 20	Peso 10	Peso 5	Peso 5
SÃO PAULO	Máximo 12 pts	Máximo 20 pts	Máximo 25 pts	Máximo 15 pts	Máximo 8 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
MATO GROSSO	Máximo 5 pts	Máximo 20 pts	Máximo 20 pts	Máximo 10 pts	Máximo 25 pts	Máximo 10 pts	Máximo 10 pts
MATO GROSSO DO SUL	Máximo 10 pts	Máximo 25 pts	Máximo 25 pts	Máximo 10 pts	Máximo 15 pts	Máximo 5 pts	Máximo 10 pts

Do comparativo entre as pontuações máximas de cada quesito extrai-se os seguintes percentuais que apresentam seu grau de importância na Proposta Técnica.

Assim, temos para as seguintes notas máximas para cada quesito:

- Raciocínio Básico: 10 pontos se estabeleceu em 66,67% dos editais.
- Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 pontos se estabeleceu em 50% dos editais.
- Ideia Criativa: 25 pontos se estabeleceu em 50% dos editais.



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



- Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 pontos se estabeleceu em 66,67% dos editais.
- Capacidade de Atendimento: 15 pontos se estabeleceu em 58,33% dos editais.
- Repertório: 10 pontos se estabeleceu em 66,67% dos editais.
- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 pontos se estabeleceu em 83,33% dos editais.

Para que a licitante seja classificada no julgamento técnico e possa participar das próximas etapas do certame, **será exigida como requisito a pontuação mínima de 70% (setenta por cento) do total de pontos**, ou 70 pontos dos 100 pontos disponíveis. Este percentual de 70% apresenta baixo risco de redução demasiada do número de classificadas, sem diminuir a qualificação técnica esperada. Ademais, a licitante que obtiver pontuação zero em qualquer um dos sub quesitos será desclassificada.

E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo do certame, a metodologia de julgamento determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras da Lei nº 14.133/2021 e dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

Cabe trazer alguns pontos importantes que a Lei nº 12.232/2010 aponta sobre a Proposta Técnica. A lei inova ao estabelecer uma **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária. De acordo com seu inciso IX do artigo 6º, *“o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes”*, **visando assegurar a inviolabilidade da autoria** do quesito mais importante da Proposta Técnica.

Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos (Via Não Identificada), o inciso IV do art. 6º da Lei nº 12.232/2010 agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, conferindo moralidade e impessoalidade às contratações do serviço de publicidade governamental, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária.

### 4.3 Dos requisitos da Proposta de Preços das licitantes

Acerca da Proposta de Preços, a Lei nº 12.232/2010 menciona apenas que *“a Proposta de Preços conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário”* e que seu julgamento será realizado exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório (incisos V e VI, artigo 6º).

O item 5 - Levantamento de Mercado do presente Estudo explicará os parâmetros para elaboração da Proposta de Preços pelas agências de publicidade. A Proposta de Preços foi elaborada levando em consideração, as regras do CENP e a realidade do mercado. Assim, para a Propostas de Preço, serão considerados os seguintes parâmetros:

**4.3.1** Será considerada inexecuível e será desclassificada, a cobrança de percentual abaixo de **20% (vinte por cento)**, valor mínimo incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de **Custos Internos** do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO-MG), vigente à época da apresentação da Proposta de Preços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**4.3.2** Percentual de honorários **de 5 (cinco) a 10% (dez por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de **pesquisas** e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

**4.3.3** Percentual de honorários **de 7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à **produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários** cuja distribuição **não proporcione** à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

**4.3.4** Percentual de honorários **de 7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de **formas inovadoras de comunicação publicitária**, em consonância com novas tecnologias, *não enquadradas como plataformas digitais*, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

**4.3.5** Percentual de honorários **de 5 (cinco) a 10% (dez por cento)**, incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir **exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento**.

#### **4.4 Dos requisitos de Habilitação das licitantes**

Para participarem da licitação de publicidade, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria. Abaixo, alguns pontos de destaque:

**4.4.1 Certificado do CENP:** nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados **necessariamente por intermédio de agências de propaganda**, que tenham obtido **certificado de qualificação técnica de funcionamento** e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o **Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP**, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda:

*Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela [Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965](#), e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.*

*§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.*



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**4.4.2 Apresentação de atestado ou contrato:** um requisito de participação é a “*comprovação de aptidão para desempenho dos serviços de publicidade, mediante apresentação de ao menos 1 (um) atestado ou contrato firmado com pessoa jurídica de direito público ou privado que demonstre a criação e a veiculação de campanha publicitária realizada efetivamente, que tenha por orçamento um montante equivalente a 0,5% (meio por cento) do valor da licitação*”.

A prática de se comprovar tal aptidão de desempenho das agências se mostra como uma prática válida e necessária para aferir a qualidade técnica e a expertise histórica da agência, ao estabelecer padrões similares de valores, de amplitude e de abrangência necessários para a execução de serviços publicitários.

Nesta pretensa licitação, como se verá mais adiante, o valor da licitação será de um milhão, quinhentos e cinquenta mil reais e não haverá divisão do objeto em lotes. Para que se mantenha o caráter competitivo da concorrência e com o objetivo de não limitar a participação de agências no certame, o atestado de campanha ou contrato firmado exigido passa a corresponder a **0,5% (meio por cento) do valor da licitação**. Tal medida visa ampliar a participação de agências e elevar o caráter competitivo da licitação, sem, no entanto, comprometer a capacidade mínima de atendimento ao contrato.

**4.4.3 Patrimônio Líquido:** um dos requisitos para comprovação da qualificação econômico-financeira das licitantes é a demonstração do **patrimônio líquido exigido que será de 10% (dez por cento)** sobre o valor da licitação.

Nesta pretensa licitação, como se verá mais adiante, o valor da licitação será de R\$1.550.000,00 (um milhão, quinhentos e cinquenta mil reais) e não haverá divisão do objeto em lotes. Para que se mantenha o caráter competitivo da concorrência e com o objetivo de não limitar a participação de agências no certame, o percentual mínimo de patrimônio líquido deverá ser de **10% (meio por cento)** sobre o valor da licitação. Tal medida visa ampliar a participação de agências e elevar o caráter competitivo da licitação, sem, no entanto, comprometer a capacidade mínima de atendimento ao contrato

**4.4.4 Equipe Técnica:** a qualificação técnica das licitantes passa por demonstrar sua estrutura de atendimento necessária para execução dos serviços. A equipe técnica deverá contar com profissionais com expertise e conhecimentos na área de comunicação, comprovados por meio dos respectivos currículos, durante a fase de habilitação.

Não será obrigatória a disponibilização da equipe técnica no Município de Araguari, a não ser em caso de convocação pela Secretaria de Comunicação, que deverá ser feita com antecedência mínima de 48 horas. A proximidade física com a Secretaria de Comunicação pode ser adequadamente suprida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento.

Porém, será exigida disponibilização de ao menos 1 (um) profissional baseado na cidade de Araguari, Minas Gerais. Esse profissional próximo traz uma série de benefícios no âmbito da prestação dos serviços, no que se refere à agilidade no repasse de demandas e troca de informações, maior tempestividade no atendimento das necessidades apresentadas pela Secretaria de Comunicação.

A quantificação e a qualificação da equipe técnica considera o que reza o art. 2º da Lei Federal 12.232/10: as agências devem ter capacidade de desempenhar **integradamente** o conjunto de atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. Para que a integralidade deste conjunto de atividades possa ser colocada em prática pela agência, estabeleceu-se requisitos mínimos da equipe técnica para a execução de todas estas atividades.

Por fim, no que concerne à fase de habilitação, conforme determina o art. 6º, I, da Lei Federal nº 12.232/10, os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas. Ou seja, a fase de habilitação passa a ser após o julgamento de classificação das propostas técnicas e de preços.

#### 4.5 Dos requisitos das Comissões de Julgamento

A Lei nº 12.232/2010 trata em seu artigo 10 da criação de subcomissão específica para julgar as propostas técnicas:

*Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.*

*§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.*

*§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.*

*§ 3º ...*

*§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.*

*§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.*

*§ 6º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.*

*§ 7º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.*

*§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.*

*§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.*



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



Para a nomeação da Subcomissão Técnica, além dos dispositivos constantes na Lei nº 12.232/2010, serão observados também os dispositivos elencados na Instrução Normativa SECOM-PR 1/2023.

Conforme disposto no referido artigo, a presente licitação deverá adotar, para a composição da Subcomissão Técnica, a quantidade mínima de 3 (três) membros, formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo um deles **sem vínculo funcional com a Prefeitura Municipal de Araguari**.

Portanto, será necessário cadastrar, ao menos 9 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares. O sorteio dos suplentes será ordenado por grupo (sem vínculo funcional com a Prefeitura de Araguari) e conforme a ordem do sorteio, até que todos sejam sorteados.

Serão indicados os servidores da Administração Direta, devidamente qualificados, para composição de 1/3 (um terço) da relação que trata o §2º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010.

A Subcomissão Técnica da pretensa licitação será formada por 3 (três) membros, sendo que as demais formalidades acerca da escolha da Subcomissão Técnica seguirão o disposto da Lei de regência.

#### 4.6 Dos requisitos para assinatura e execução do Contrato

Resume-se aqui os principais requisitos para assinatura e execução do contrato, que envolvem um compilado entre os itens exigidos do Capítulo III da Lei nº 12.232/2010, que trata da execução dos contratos de serviços de publicidade e o estudo de editais de outros órgãos.

**4.6.1 Garantia Contratual:** um dos requisitos para a proponentes declarada vencedora da licitação é apresentar, no prazo de até 30 (trinta) dias após a data de início da vigência do contrato, garantia de **5% (cinco por cento)** do valor inicial do contrato.

**4.6.2 Cadastro de fornecedores e três orçamentos:** conforme artigo 14 da Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados e sempre será exigida a apresentação de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

**4.6.3 Sessão Pública com fornecedores:** ainda conforme artigo 14 da Lei nº 12.232/2010, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

**4.6.4 Comprovações para pagamento:** conforme artigo 15 da Lei nº 12.232/2010, os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

**4.6.5 Pesquisas:** a agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços, conforme postula o item 3.4 das normas-padrão do CENP. Para comprovação das veiculações, será obrigação das agências firmarem contratos com empresas independentes de checagem que contemplem o acesso da Superintendência Central de Publicidade aos relatórios de checagem produzidos, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e demais dados que as ferramentas



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



disponibilizarem.

**4.6.6 Publicação de informações do contrato:** conforme artigo 16 da Lei nº 12.232/2010, as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve **observar as exigências do art. 25 da Lei nº 14.133/2021**, não sendo, porém, exigido o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos, conforme disposto no inciso I do §2º.

Assim, em substituição ao projeto básico com as estimativas de quantidades e especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um Briefing para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

Considerando o caráter sigiloso do Briefing, o referido documento não pode ser disponibilizado neste momento, na medida em que eventual vazamento de informações pode gerar a impugnação do certame, por caracterizar possível favorecimento de determinadas licitantes, ferindo o princípio constitucional da igualdade de participação. Dessa forma, o Briefing, que será preparado por servidores especializados, só deve ser juntado ao edital de licitação na véspera de sua publicação.

Ressalta-se que a Lei nº 12.232/2010 estabelece que a licitação seja do tipo “melhor técnica” ou “técnica e preço”. Assim, a qualidade dos serviços de publicidade e a capacidade técnica das licitantes é um dos quesitos julgados no âmbito do certame, o que garante padrão mínimo de qualidade do objeto.

#### 4.7 Da contratação de serviço continuado

Os artigos 106 e 107, da Lei 14.133/2021 prevê que os contratos relativos à prestação de serviços executados de forma contínua admitem prorrogações sucessivas da vigência até o limite de 10 (dez) anos.

Os serviços de publicidade podem se enquadrar como serviço contínuo baseado em decisão do TCE que entendeu ser possível a prorrogação com fulcro no citado dispositivo, desde que: i) seja identificada e demonstrada a necessidade permanente do serviço pela Administração Pública, ii) haja previsão no edital da respectiva licitação e no contrato, iii) haja previsão no plano plurianual e na lei orçamentária anual e iv) seja previamente justificada a efetiva vantagem econômica da prorrogação contratual para a administração, além de v) respeitada a legislação aplicável, notadamente a Lei Federal nº 12.232/2010, e, complementarmente, as Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993. Confira-se a ementa do julgado:

**CONSULTA. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. SERVIÇOS EXECUTADOS DE FORMA CONTÍNUA. PRORROGAÇÃO ADMISSÍVEL.**

**REQUISITOS. NECESSIDADE PERMANENTE. VANTAJOSIDADE PARA A ADMINISTRAÇÃO.** 1. Os contratos de publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas de orientação social ou de caráter informativo, com agências de publicidade, **podem ser considerados de natureza contínua, sendo possível prorrogar a sua duração por iguais e sucessivos períodos (art. 57, II, Lei n. 8.666/93) desde que identificada a necessidade permanente da Administração Pública.** 2. A prorrogação de contratos de serviços de execução contínua está **condicionada à previsão no edital da respectiva licitação**



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



*e no contrato, à demonstração da permanente necessidade do serviço, à previsão no plano plurianual e na lei orçamentária anual, e à justificação prévia da efetiva vantagem econômica da prorrogação contratual para a administração, além de respeitada a legislação aplicável, notadamente Lei n. 12.232/10, e, complementarmente, as Leis n. 4.680/65 e n. 8.666/93." (Consulta N. 1007553, Rel. Cons. Sebastião Helvécio de 14/08/19) (g.n.)*

As características de essencialidade e habitualidade, requisitos dos serviços continuados, são largamente percebidas no tocante aos serviços de publicidade. A descontinuidade da contratação lesaria o município em demandas essenciais voltadas para o atendimento de necessidades públicas permanentes, tais como as campanhas publicitárias informativas, de prestação de contas e de utilidade pública, essenciais para transparência, participação e controle social do cidadão.

Inúmeros são os exemplos publicitários que ilustram a impossibilidade de paralisação: campanhas de saúde para vacinação; campanhas de prevenção de doenças como Aids, dengue, sarampo, gripe e influenza; campanhas de matrículas e cadastramento escolar; campanha de prevenção a chuvas ou combate a incêndios; campanhas de incentivo ao turismo e ao esporte; campanhas de combate à violência contra a mulher e contra a criança e adolescente, dentre tantas outras.

Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Araguari, a interrupção dos serviços de publicidade pode comprometer a execução de serviços de suma importância prestados à sociedade, em observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

Portanto, fica clara a vantajosidade da contratação plurianual no presente caso. Nesse sentido, é fundamental que haja previsão no edital de licitação e no contrato a possibilidade de prorrogação contratual ao final dos 12 (doze) meses iniciais, em até 10 (dez) anos.

**Por quanto tempo a solução deverá ficar disponível à Administração (informação que influenciará a duração do contrato)?**

A duração inicial da vigência da contratação é de 05 (cinco) anos, contados da assinatura do contrato, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, respeitada a vigência máxima decenal, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

## 5 - LEVANTAMENTO DO MERCADO

A contratação de serviços de publicidade é regida pela Lei nº 12.232/2010, portanto as normativas quanto aos procedimentos de licitação e de execução contratual encontram-se determinadas à Administração Pública. A determinação legal abrange inclusive a obrigatoriedade de contratação de agência de publicidade certificada para a execução do serviço, não podendo a Administração fazer a contratação direta do objeto em tela, objeto este que também é determinado e delimitado pela lei.

Por um lado, o levantamento de mercado para prospecção das alternativas possíveis de soluções para os serviços de publicidade possui, portanto, certa limitação dada pela Lei nº 12.232/2010.

Por outro lado, o levantamento de mercado teve aplicabilidade e desdobramentos importantes, que ensejaram proposições para o processo licitatório, como:

- 1) Aplicação do “desconto-padrão de agência” conforme Anexo B das Normas-Padrão do CENP;
- 2) Alterações dos quesitos da Proposta de Preços a serem apresentadas pelas licitantes;



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



### 5.1 Aplicação do “desconto-padrão de agência”, conforme Anexo B das Normas-Padrão do CENP:

O “desconto-padrão de agência” é uma remuneração devida à agência de publicidade quando há veiculação de mídia em veículos de comunicação. As normas-padrão do CENP estabelecem percentual do **desconto-padrão não inferior a 20% do valor negociado com os veículos** para esta remuneração às agências:

2.5 O “**Desconto-Padrão de Agência**” de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.

2.5.1. Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “Certificado de Qualificação Técnica”, conforme o art. 17 incisos I alínea “f” do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao “desconto padrão de agência” **não inferior a 20% (vinte por cento)** sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus clientes.

O desconto-padrão **somente pode ser reduzido** em casos especiais, como é o caso do sistema progressivo de benefícios estabelecido no “Anexo B” das Normas-Padrão do CENP, abaixo replicada:

ANEXO “B”	
SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS	
Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária	
INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

Portanto temos que, considerando o investimento pretendido pela Prefeitura Municipal de Araguari, na ordem de R\$1.550.000,00 (um milhão, quinhentos e cinquenta mil reais), valor inferior ao mínimo proposto pelo Anexo B das Normas-Padrão do CENP, **não se aplica a redução do percentual de 20% (vinte por cento) do valor negociado com os veículos à título de desconto-padrão.**

### 5.2 Quesitos da Proposta de Preços a serem apresentadas pelas licitantes:

O levantamento de mercado feito para este ETP subsidiou a definição dos quesitos da Proposta de Preços, inclusive em relação à subcontratação das empresas de comunicação digital e ajusta alguns tipos de “honorários”, no sentido de torná-los mais condizentes à legislação e às práticas do mercado.

A Proposta de Preços, que fará parte do edital e do contrato de publicidade, engloba os itens de remuneração relativos aos **custos internos** (tabela de preços do Sinapro) e aos **honorários sobre serviços especializados**.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



Do ponto de vista da Lei nº 12.232/2010, ela estabelece tão somente que “a *Proposta de Preços conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário*”.

Cabe informar inicialmente que, diferentemente da compra de produtos industrializados disponíveis no mercado para consumo – portanto, prontos e acabados – a oferta de preços na contratação de serviços publicitários é feita por meio de percentuais que incidirão sobre os serviços prestados. Isso porque, nesse caso, os produtos (os anúncios, as peças gráficas, etc.) ainda não estão prontos ou acabados: seus valores individuais ou detalhados só serão conhecidos após sua criação ou produção, a partir de um briefing que informa a situação da ação publicitária pretendida. Por isso é que são valorados os percentuais praticados, e não os preços individuais dos produtos.

### 5.2.1 Proposta de Preços: Custos Internos

No tocante aos **custos internos baseados na tabela de preços Sinapro**, que são os serviços executados diretamente pelas agências, como planejamento, criação de textos, criação de layouts, dentre outros serviços, ao observar as práticas de mercado de entes governamentais, percebe-se que a maioria estabelece um **desconto mínimo** sobre os valores da tabela, enquanto outros estabelecem **descontos máximos**. Estabelecer o desconto mínimo permite que as licitantes ofertem seus percentuais a partir deste mínimo, podendo chegar até 100% (cem por cento) de desconto. Por outro lado, estabelecer desconto máximo permite que as licitantes ofertem descontos até este limite estabelecido, não podendo ultrapassá-lo.

Acerca dos valores dos custos internos, é necessário fazer alguns apontamentos importantes sobre esta questão.

#### 5.2.1.1 Importância dos Custos Internos

Se a Administração não estabelece limite de desconto máximo para os custos internos das agências, abre-se a possibilidade das licitantes concederem até 100% (cem por cento) de descontos sobre a Lista do Sinapro, no intuito de buscarem a maior nota possível na Proposta de Preços e assim terem maiores chances de vencer a disputa. Abre-se, assim, a possibilidade das licitantes apresentarem valor zero sobre os custos internos da Lista do Sinapro, ou cobrarem valores irrisórios.

Portanto, se a Administração permitir a oferta de custos zero ou irrisórios, não estará atentando para a advertência contida no inciso 3º do artigo 59 da Lei 14.133/2021 e dispõe também acerca de possível desclassificação das propostas:

*“Art. 59. Serão desclassificadas as propostas que:*

*I - contiverem vícios insanáveis;*

*II - não obedecerem às especificações técnicas pormenorizadas no edital;*

**III - apresentarem preços inexequíveis ou permanecerem acima do orçamento estimado para a contratação;**

*IV - não tiverem sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração;*

*V - apresentarem desconformidade com quaisquer outras exigências do edital, desde que insanável.*

*§ 1º A verificação da conformidade das propostas poderá ser feita exclusivamente em relação à proposta mais bem classificada.*

*§ 2º A Administração poderá realizar diligências para aferir a exequibilidade das propostas ou exigir dos licitantes que ela seja demonstrada, conforme disposto no inciso IV do **caput** deste artigo.”*

Os custos internos das agências traduzem toda a intelectualidade de seus funcionários e prestadores de serviços, os quais devem ser devidamente remunerados para tanto. As agências



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



são empresas prestadoras de serviços de natureza essencialmente intelectual, já que suas receitas decorrem primordialmente do trabalho de sua equipe humana, portanto, todos os outros resultados esperados desta contratação dependem dos serviços internos da agência. Portanto, não se mostra razoável zerar a remuneração do pilar básico de toda a obra pretendida, sem comprometer a mesma.

Não se mostra condizente com as boas práticas do mercado permitir que as agências pratiquem custos internos irrisórios, pois eles são essenciais para atendimento dos serviços de planejamento, conceituação, criação e produção das inúmeras campanhas da Administração, ao mesmo tempo que preserva-se uma situação compatível com o equilíbrio e a justiça de uma boa e produtiva e eficiente relação comercial.

Ao concederem 100% (cem por cento) de descontos sobre a Lista do Sinapro, as agências poderão não ter recursos suficientes para arcarem com todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como despesas de pessoal e de administração, de software e pesquisas, e de todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc.) incidentes sobre os serviços objeto da licitação, indicando a inexecutabilidade da proposta.

Salienta-se que empresas como CEMIG, COPASA, CODEMIG, Câmara Municipal de Belo Horizonte e inúmeras Prefeituras e Câmaras em nosso estado tem adotado em seus editais cláusulas que impedem a apresentação de preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado, o que acaba por beneficiar os resultados esperados pela Administração, o que também evita possíveis descumprimentos contratuais e aplicação de possíveis penalidades que podem surgir da irrestrita aceitação de descontos sobre os custos internos das agências.

#### 5.2.1.2 Economicidade dos Custos Internos

Ante o exposto, caberão duas sugestões para a valoração do custos internos da Proposta de Preços da pretensa licitação:

- a) O conceito de percentuais de descontos máximos referente à Lista de Referência de Custos Internos do Sinapro será mantido. Porém, sugere-se inverter a lógica da cobrança e estabelecer um percentual que incidirá sobre o valor previsto na relação de preços descritos na Lista do Sinapro. O raciocínio, ao invés de ser pela ótica do desconto, será pela ótica de um **percentual a ser cobrado sobre o valor da tabela Sinapro**.
- b) Assim, será estabelecido um **patamar mínimo de 20% (vinte por cento)** sobre a tabela do Sinapro, abaixo do qual a Administração considerará a proposta inexecutável, sendo portanto desclassificada. Assim, não será admitida a cobrança zero ou irrisória, aplicando-se o postulado de que não existe vantagem para a Administração em desembolsar valor reduzido para receber prestação insuficiente ou inadequada.

O contrato atual da Secretaria Municipal de Comunicação trabalha com 60% (sessenta por cento) de desconto da tabela do Sinapro, ou seja, é o mesmo que dizer que é cobrado um valor de 40% (quarenta por cento) sobre a tabela do Sinapro. A nova proposta sugere a diminuição **desta cobrança de 40% para 20% (vinte por cento)**, valor que não é tão baixo a ponto de ser considerado inexecutável, e assim trazer economia para o Município.

#### 5.2.2 Proposta de Preços: normativas de honorários sobre serviços especializados:

Além dos custos internos baseados na tabela do Sinapro, a Proposta de Preços traz variados tipos



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



de **honorários** sobre os serviços realizados por terceiros. Os **serviços especializados** que são passíveis de aplicação de honorários são aqueles elencados no § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010 (resumidamente: pesquisa, execução técnica de peças e formas inovadoras de comunicação). Trata-se de serviços de produção que demandam atenção e cuidados extremos por parte das agências.

O Decreto Federal nº 4.563/02 aborda o assunto, quando traz em seu artigo 7º que “os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de **honorários** e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelecem os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão”.

Os itens das Normas-Padrão mencionados no Decreto que fazem referência aos honorários são estes abaixo (grifos nossos):

*3.6. Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. **O Cliente deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.***

*3.6.1. Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência “honorários” de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).*

*3.11. Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.*

*3.11.1. Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.*

*3.11.2. O disposto neste item aplica-se à:*

*a. reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;*

*b. negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;*

*c. **negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;***

*d. negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.*

Assim, estes itens das Normas-Padrão do CENP fornecem as referências necessárias para o tema “honorários”, onde se estabelece a **cobrança de 15% (quinze por cento) de honorários sobre os serviços de fornecedores especializados**, e a **cobrança de 5 % (cinco por cento) a 10% (dez por cento) de honorários quando a agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento**. Ressalta-se que os itens 3.11 e seus subitens facultam à Administração a negociação destes valores, podendo até mesmo suprimir os honorários nos casos em que as ações de comunicação gerar veiculação.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



Importante salientar que o CENP define no máximo os parâmetros percentuais de honorários sobre os custos de terceiros, com a liberdade de o preço em si do fornecedor ser definido, prezado pela livre-negociação dos preços.

O levantamento realizado em editais de outros entes federados mostra que não há um padrão no tocante aos honorários, nem em relação aos quesitos cobrados, e nem em relação aos percentuais máximos estabelecidos.

A falta de um padrão e a diversidade de valores torna inadequada a determinação de uma “média” entre os percentuais de honorários, posto que cada ente público possui sua realidade de execução contratual: cada um utiliza os quesitos em maior ou menor grau. Sendo assim, optou-se por utilizar, para os honorários, **os parâmetros estabelecidos pelo CENP**, visto que suas normas possuem força normativa atribuída pela Lei nº 12.232/10.

A seguir, serão apresentadas sugestões de **textos para os quesitos de honorários**, baseados nas normas do CENP e na realidade de execução dos contratos de publicidade.

#### **SUGESTÃO 1) Planejamento e execução de Pesquisas**

Será considerado como parâmetro o “*Percentual de honorários de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato*”.

Assim, o Município **não pagará honorários para serviços especializados que proporcione desconto-padrão à agência**. Em outras palavras, não pagará honorários para produções de peças que gerem mídia, como por exemplo VTs e Spots. Como este honorário será eliminado, será necessário incluir no edital e na minuta do contrato a seguinte item: “*A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **proporcione** a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965*”.

Sugere-se ainda inserir o quesito para o serviço especializado de pesquisa, expresso na lista de serviços especializados da Lei nº 12.232/2010 (no item I do § 1º do art. 2º).

Para este serviço de **pesquisas**, serão aplicados percentuais de honorários em um intervalo de **5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento)**. Considerou-se, como parâmetro, uma certa equivalência com os percentuais do serviço do item 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP: “*quando a responsabilidade da Agência **limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento**, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência “honorários” de no **mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento)**”*. Isto porque o serviço de pesquisa se assemelha a este padrão em que a agência apenas limita-se à contratação e pagamento do serviço.

O levantamento de mercado mostra que não há um padrão para o percentual referente ao planejamento e à execução de **pesquisas**, podendo os limites variarem de 3% (três por cento) a 15% (quinze por cento), sem uma predominância de um valor percentual específico. Determinar uma média entre os estados também não é razoável, tendo em vista a grande variação dos percentuais. Portanto, os **parâmetros do CENP tornam-se a referência mais adequada para se estabelecer os limites de percentuais destes honorários**, e é por isso que este parâmetro está sendo sugerido na Proposta de Preços.

#### **SUGESTÃO 2) Produção e execução técnica das peças e projetos sem desconto de agência**

Será considerado como parâmetro o “*Percentual de honorários de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores,*



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



referente à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários cuja distribuição **não proporcione** à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965”.

A redação do item será a seguinte: “**produção e execução técnica das peças e projetos publicitários**” – tecnicamente é o mesmo serviço, deixando o item em consonância com o texto do item II do § 1º do art. 2º, da Lei nº 12.232/2010.

As normas-padrão do CENP estabelecem, em seu item 3.6.1, o percentual de honorários de 15% (quinze por cento) para este quesito, porém, nas contratações com o setor público, estes honorários podem ser negociados.

Então sugere-se, para este serviço de **produção e execução técnica das peças e projetos publicitários**, percentuais de honorários em um intervalo de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**.

O levantamento de mercado mostra que não há um padrão para o percentual referente à **produção e execução técnica das peças e projetos publicitários**, podendo os limites variarem de 3% (três por cento) a 15% (quinze por cento), sem uma predominância de um valor percentual específico. Determinar uma média entre os entes públicos também não é razoável, tendo em vista a grande variação dos percentuais. Portanto, **os parâmetros do CENP tornam-se a referência mais adequada para se estabelecer os limites de percentuais destes honorários**, e é por isso que este parâmetro está sendo sugerido na Proposta de Preços.

**SUGESTÃO 3) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, exceto plataformas digitais**

Será considerado como parâmetro o “*Percentual de honorários de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de **formas inovadoras de comunicação publicitária**, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas como plataformas digitais, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965”.*

Sugere-se inserir o quesito para serviço especializado de **formas inovadoras de comunicação publicitária**, que está expresso no item III do § 1º do art. 2º, da Lei nº 12.232/2010.

Também, para este serviço de **formas inovadoras de comunicação publicitária**, sugere-se percentuais de honorários em um intervalo de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**. Considerou-se, como parâmetro, equivalência com os percentuais do item anterior, referente à **produção e execução técnica das peças e projetos publicitários**.

O levantamento de mercado mostra que não há um padrão para o percentual referente às **formas inovadoras de comunicação publicitária**, podendo os limites variarem de 3% (três por cento) a 15% (quinze por cento), sem uma predominância de um valor percentual específico. Determinar uma média entre os entes públicos também não é razoável, tendo em vista a grande variação dos percentuais. Portanto, **os parâmetros do CENP tornam-se a referência mais adequada para se estabelecer os limites de percentuais destes honorários**, e é por isso que este parâmetro está sendo sugerido na Proposta de Preços.

Ainda em relação a este quesito, cabe esclarecer a parte do texto que traz que as **formas inovadoras de comunicação publicitária** devem estar “*em consonância com novas tecnologias, não enquadradas como plataformas digitais, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965*. Isto significa



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



que o conceito de **Plataformas Digitais** não se enquadra neste quesito, pois uma forma de remuneração específica foi criada para abarcá-las. E, por fim, o texto lembra que se trata de serviços que **não geram veiculação na mídia** e o desconto-padrão de agência.

**SUGESTÃO 4) Contratação ou pagamento do serviço ou suprimento**

Será considerado como parâmetro o Percentual de honorários **de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento)**, incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir **exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento**".

Este quesito estabeleceu percentuais de honorários em um intervalo de **5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento)**, porque considerou-se exatamente o item 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP: *"quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência "honorários" de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento)"*.

O percentual de honorários incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em **plataformas digitais**, em consonância com novas tecnologias, será de **15% (quinze por cento)**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

É imperioso destacar que tais parâmetros **estão condizentes com o que rege o CENP**. O CENP e suas normas de autorregulamentação são uma referência para o mercado publicitário e para o setor público. Em todos os quesitos de honorários, os parâmetros do CENP serviram de guia e foram os principais norteadores para se fixar os percentuais de honorários da Proposta de Preços. Além disso, considerando todos os demais percentuais existentes, incluindo os percentuais de desconto-padrão advindo da veiculação em mídia e incluindo os percentuais de custos internos, tem-se grande vantagem econômica para a Administração.

**6 - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

A solução escolhida como um todo se respalda, essencialmente, na legislação que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade (Lei nº 12.232/2010).

A licitação proposta visa promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

Em quadro-resumo, a solução escolhida como um todo traz como elementos centrais as seguintes partes necessárias ao atendimento da demanda:

<b>Empresas a contratar</b>	Estabelecidas pela Lei nº 12.232/2010: os serviços de publicidade são prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.
<b>Proposta de Contratação</b>	Conforme estabelecido pela Lei nº 12.232/2010, são serviços especializados de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



	objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
<b>Atividades complementares</b>	Estabelecidas pela Lei nº 12.232/2010, são os serviços especializados pertinentes a: I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas. II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados. III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
<b>Atividades complementares: plataformas digitais, como Facebook e Instagram</b>	Criação de remuneração adequada (honorários de 15%) para abarcar as “plataformas digitais”, para que seja evitada subcontratação destes serviços e consequente oneração de despesas, apontando riscos legais e operacionais em sua execução.
<b>Estimativa de quantidades</b>	Não se aplica. As peculiaridades do contrato de serviços de publicidade impedem a predeterminação precisa e exata das atividades e despesas a serem realizadas. As soluções dadas para cada campanha dependem da situação e oportunidades do momento.
<b>Modalidade e tipo da licitação</b>	Concorrência do tipo “técnica e preço”, nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010.
<b>Requisitos Proposta Técnica</b>	Apresentação do <b>Plano de Comunicação Publicitária</b> e do <b>Conjunto de Informações</b> nos termos dos artigos 6º, 7º e 8º da Lei nº 12.232/2010, incluindo a figura da <b>via não identificada</b> do Plano de Comunicação Publicitária. - Estudo apresentado para atualização da pontuação de cada quesito da Proposta Técnica. - Pontuação mínima exigida de 70% do total de pontos.
<b>Requisitos Proposta de Preços</b>	Apresentação de Proposta de Preços com: - Parâmetros de percentuais dos custos internos sobre a tabela do Sindicato das Agências de Propaganda (Sinapro); - Modernização dos quesitos de honorários para serviços especializados com estabelecimento de faixas de honorários baseados no CENP; - Criação de honorários de 15% para abarcar a remuneração para plataformas digitais.
<b>Requisitos Habilitação</b>	- Certificado de qualificação técnica de funcionamento do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010; - Atestado de campanha ou contrato firmado exigido de <b>0,5% (meio por cento)</b> do valor total da licitação; - O percentual mínimo de patrimônio líquido de <b>10% (dez por cento)</b> sobre o valor da licitação; - Equipe técnica com expertise e conhecimentos na área de comunicação, comprovados por meio dos respectivos currículos; - Habilitação jurídica, regularidade fiscal e trabalhista, qualificação econômico-financeira.
<b>Requisitos Comissões de Julgamento</b>	- Existência de Comissão de Contratação de Licitações e constituição da <b>Subcomissão Técnica</b> de 3 (três) membros que irão julgar as Propostas Técnicas, que tem seu regramento de composição estabelecido no art. 10º da



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



	Lei nº 12.232/2010.
<b>Requisitos para assinatura e execução do contrato</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Garantia Contratual de <b>5% (cinco por cento)</b> do valor anual do contrato;</li><li>- Cadastro de fornecedores e apresentação de três orçamentos, conforme artigo 14 da Lei nº 12.232/2010;</li><li>- Sessão Pública com fornecedores, ainda conforme artigo 14 da Lei nº 12.232/2010, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;</li><li>- Comprovantes para pagamento conforme artigo 15 da Lei nº 12.232/2010;</li><li>- Absorção de custos referentes a pesquisas de audiência e auditoria de controle de mídia;</li><li>- Atendimento à publicação de informações do contrato;</li></ul>
<b>Serviço de natureza contínua</b>	Os serviços de publicidade possuem características de essencialidade e habitualidade haja vista as campanhas publicitárias de caráter informativo, de prestação de contas e de utilidade pública que visam a transparência e o interesse público dos atos e programas do executivo municipal.
<b>Duração dos contratos</b>	12 (doze) meses, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.
<b>Desconto-padrão de agência</b>	Aplicação do desconto-padrão de agência <b>no valor 20% (vinte por cento)</b> de que trata art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10.
<b>Valor da contratação</b>	Estimativa do valor da contratação de R\$1.550.000,00, considerando as seguintes situações: <ul style="list-style-type: none"><li>- Valor da última licitação;</li><li>- Inclusão de verbas específicas provenientes das Secretarias Municipais de Saúde e de Desenvolvimento Social;</li><li>- Comparativo da verba publicitária de outros estados em relação à população;</li><li>- Comparativo da verba publicitária de outros estados em relação ao orçamento;</li></ul>
<b>Parcelamento da contratação</b>	O serviço de publicidade não envolve a discriminação de atividades predeterminadas, não há definição precisa das ações com antecedência, não sendo possível o parcelamento da contratação.
<b>Contratações correlatas e/ou interdependentes</b>	As contratações dos serviços de publicidade são necessariamente intermediadas pelas agências, não havendo portanto contratações cujos objetos sejam similares ou correspondentes ao serviço prestado pelas agências. A modelagem dos contratos de publicidade atuais e vigentes estão sendo superados pelas motivações expostas neste ETP.
<b>Resultados pretendidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Desempenhar a missão e competência da Secretaria Municipal de Comunicação de planejar, propor, executar e acompanhar a política municipal de comunicação social do Poder Executivo.</li><li>- Agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do Governo Municipal, conforme os procedimentos do contrato apresentadas neste ETP.</li><li>- Divulgar para o maior número de pessoas possível os atos e programas de governo e orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.</li></ul>



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



### 7- ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

O serviço de publicidade é de natureza técnica e artística, cujas especificidades dependem da situação de cada momento. Diante da solicitação de uma ação publicitária, a agência vai estudar e analisar os problemas, as oportunidades, o público-alvo, os objetivos, etc., e propor uma solução de comunicação. É nesta solução que a agência demonstra sua estratégia de comunicação, a ideia criativa e as peças que serão executadas para se comunicar com o público-alvo e a estratégia de mídia com a relação dos veículos e as quantidades adequadas de inserções para o maior atingimento do público. Por isso, **não se é possível quantificar, pré-definir, especificar o serviço de publicidade** antes que a situação ocorra, não sendo possível, assim, pormenorizar por meio de planilha as quantidades e custos para uma solução que ainda vai ser estudada e criada pela agência.

### 8 - ESTIMATIVA DE VALORES

Muitos podem ser os fatores que levam à definição do valor da verba publicitária de uma Administração, que perpassam pela sua capacidade financeira e fiscal, ou pelo volume de demandas de comunicação, ou por definições estratégicas dos órgãos, dentre outros diversos fatores. Não há um critério único que possa estabelecer este valor.

Dentre os métodos para definição de valores como valores das últimas licitações, número de habitantes do Município, reajuste inflacionário, optamos por fundamentar o valor em razão da escolha do valor com base em pesquisas feitas por outros entes federados, conforme a seguir demonstrado:

**8.1 Valor da última licitação:** no último processo, Tomada de Preços nº 009/2019 (Processo nº 251/2020), foi determinado o valor de R\$998.000,00 (novecentos e noventa e oito mil reais), tendo sido utilizado ao longo de quase cinco anos e objeto de aditivo do percentual de 25% (vinte e cinco por cento) conforme a lei de licitações regente do referido contrato, em seu §1º, art. 65 da Lei 8.666/93, em razão do aumento da demanda face ao período de epidemia por Coronavírus.

**8.2 Proporção do número de habitantes:** guardadas as devidas proporções, considerando pesquisa realizada pelo Estado de Minas Gerais, onde o número de habitantes dos 6 (seis) estados mais populosos da federação e sua respectiva verba para publicidade, chega-se no valor da “**verba publicitária por habitante**” de cada estado. Por exemplo, considerando a verba de R\$70 milhões e a população de 21,5 milhões de habitantes em Minas Gerais, resulta-se em um investimento em publicidade de R\$3,25 por habitante, o menor dentre todos da lista. A média da verba publicitária por habitante, destes 6 (seis) estados mais populosos, é de R\$6,13. Se projetarmos este valor de R\$6,13 de verba publicitária por habitante, nos 120 mil habitantes de Araguari, chegar-se-ia em uma “verba ideal” de aproximadamente R\$735 mil reais.



REFERÊNCIAS:  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

SECRETARIA - GERAL  
Núcleo Central de Publicidade  
MINAS GERAIS



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**8.3 Comparativo da verba publicitária em relação ao orçamento (ano base 2024):** a definição da verba publicitária no valor de R\$1.550.000,00 (um milhão, quinhentos e cinquenta mil reais) foi estabelecida considerando a redução da dotação orçamentária prevista para o ano de 2025, estimada em R\$3.452.750,00 para a Secretaria Municipal de Comunicação, sendo o acréscimo de R\$550.000,00 proveniente da inclusão das dotações das secretarias municipais de Saúde e do Desenvolvimento Social.

02.18.04.131.0025.2007 - PUBLICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO					
Código	Descrição	Ficha	Valores Orçados		Total
			Ordinário	Vinculado	
3.3.90.39	Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	710			
1.500.000	- Recursos não Vinculados de Impostos		1.000.000,00	0,00	1.000.000,00
			1.000.000,00	0,00	1.000.000,00
Totale da Classificação			1.000.000,00	0,00	1.000.000,00
02.18.04.131.0025.2176 - DIVISÃO DE CERIMONIAL					
Código	Descrição	Ficha	Valores Orçados		Total
			Ordinário	Vinculado	
3.3.90.30	Material de Consumo	711			
1.500.000	- Recursos não Vinculados de Impostos		150.000,00	0,00	150.000,00
			150.000,00	0,00	150.000,00
3.3.90.39	Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	712			
1.500.000	- Recursos não Vinculados de Impostos		517.750,00	0,00	517.750,00
			517.750,00	0,00	517.750,00
Totale da Classificação			667.750,00	0,00	667.750,00
Totale da Subunidade			3.452.750,00	0,00	3.452.750,00
Totale da Unidade			3.452.750,00	0,00	3.452.750,00
Totale no Órgão			3.452.750,00	0,00	3.452.750,00
Total Geral da Despesa Orçada			3.452.750,00	0,00	3.452.750,00

Nota Explicativa

## 9 - JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

Conforme art. 47, inciso II, da Lei n. 14.133/2021, nas contratações em geral, é obrigatório o fracionamento externo do objeto em tantas parcelas quantas sejam cabíveis em vista da técnica e da economia. Porém, no caso da contratação de serviços de publicidade, esta obrigatoriedade não é aplicável.

O parcelamento da contratação é a divisão do objeto em partes menores e independentes. Quando do parcelamento, cada parte, item, etapa ou parcela do objeto representa uma licitação/contratação isolada ou separada. O serviço de publicidade se constitui em um conjunto de atividades realizadas **integradamente**, não sendo possível contratar itens separadamente como a criação, a veiculação, a produção, etc. Não é possível também dividir o objeto em campanhas, sendo cada qual contratada por meio de uma licitação própria. Isso inviabilizaria a política publicitária da Administração Pública e faria impraticável a comunicação municipal. Quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades. Além disso, sob a perspectiva econômica, seria oneroso o lançamento de uma licitação para cada campanha.

Diante das peculiaridades relatadas, conseqüentemente torna-se tecnicamente inviável o parcelamento da contratação, uma vez que a divisão do objeto não ampliaria a competitividade, já que as mesmas empresas participariam da concorrência.

## 10 - CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

De acordo com as dinâmicas contratuais dos serviços de publicidade, as agências de propaganda ficam responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da Prefeitura de Araguari. Sendo assim, as contratações dos serviços são



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



intermediadas pelas agências, não havendo portanto contratações cujos objetos sejam similares ou correspondentes ao serviço prestado pelas agências.

## 11 - RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Prefeitura de Araguari, por meio da Secretaria de Municipal de Comunicação, pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos de governo junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência da melhoria da qualidade técnica dos serviços promovida pela atualização dos procedimentos contratuais da publicidade governamental.

A Secretaria de Comunicação prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos inúmeros e variados espaços publicitários utilizados pelos anunciantes.

Os resultados de uma ação publicitária dependem de fatores externos (cenário vivenciado pelo país, convicção ideológica do cidadão, postura de servidores no atendimento ao público, etc.) que interferem no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha. Ainda assim, é fundamental avaliar a eficácia das campanhas publicitárias realizadas, através de instrumentos de pesquisa que permitem verificar se a campanha atingiu seus objetivos. É cabível que uma campanha não produza os efeitos desejados, porém anote-se que nem sempre a ausência de eficácia de uma campanha se configura como uma situação reprovável. Especialmente quando se trata de campanhas educativas, é possível que hábitos sociais arraigados não sejam afetados por uma específica atuação. O que se pretende é, por meio da continuidade e persistência, introduzir as alterações de conduta reputadas como socialmente desejáveis.

Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos e programas, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade, a Prefeitura de Araguari-MG pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do governo municipal, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracteriza o correto cumprimento de sua missão institucional.

## 12 - PROVIDÊNCIAS PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

A Secretaria Municipal de Comunicação dispõe de área técnica responsável pelo desenvolvimento das ações publicitárias da Prefeitura de Araguari-MG, a qual realiza diariamente o relacionamento com a atual agência contratada. Essa relação já está consolidada nas rotinas de trabalho da Secretaria. Portanto, os servidores são capacitados para atuarem no relacionamento com a agência de propaganda e na gestão e fiscalização do contrato.

Há atualmente um contrato vigente com agências de publicidade, não havendo necessidade de transferência de conhecimento técnico entre as agências de propaganda ao término do contrato. O



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



conhecimento técnico é avaliado e julgado na licitação e se constitui na condição primordial para sua contratação. Por isso, no período de transição contratual, os procedimentos envolvidos na execução dos serviços de publicidade demandam baixa complexidade e têm sido transmitidos adequadamente e de forma satisfatória pela área técnica da Secretaria de Comunicação.

13 - POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E TRATAMENTOS

Foi realizada a consulta no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis da AGU e, não tendo sido evidenciado aplicação de requisitos de sustentabilidade a serem observados pela futura contratada para execução do objeto, chegou-se à conclusão que a presente contratação não envolve impactos diretos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas, no âmbito das “Obrigações da Contratada”, estabelecendo dentre as obrigações a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

14 - DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

Declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico para este fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da Secretaria de Municipal de Comunicação, que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio das agências de propaganda contratadas, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

Ressalta-se, ainda, que esta Secretaria de Comunicação observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

**Dotação a ser utilizada (LOA 2025):**

Totais da Classificação				2.000,00	0,00	2.000,00
02.18_04.131.0025.2007 - PUBLICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO						
Código	Descrição	Ficha	Valores Orçados		Total	
			Ordinário	Vinculado		
3.3.90.39	Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	710				
1.500.000	Recursos não Vinculados de Impostos		1.000.000,00	0,00	1.000.000,00	
			1.000.000,00	0,00	1.000.000,00	

15 - ANEXOS

Não há anexos.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ANEXO B - MODELO DE PROCURAÇÃO**

**Outorgante:**

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

**Outorgado:**

Representante devidamente qualificado

**Objeto:**

Representar a outorgante na Concorrência nº xxx/2025, da Secretaria Municipal de Comunicação Social - SECOM, Prefeitura Municipal de Araguari.

**Poderes:**

Apresentar propostas e documentos, participar de sessões públicas de abertura propostas e de Documentos de Habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

(Local e data)

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

Observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ANEXO C - MINUTA DE CONTRATO**

CONTRATO N° XXXXXX/XXXX, DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE ARAGUARI-MG, POR INTERMÉDIO DAS SECRETARIAS MUNICIPAIS DE COMUNICAÇÃO, DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E S DE SAÚDE, E A EMPRESA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, NA FORMA ABAIXO:

Pelo presente instrumento particular de contrato de prestação de serviços de publicidade, MUNICÍPIO DE ARAGUARI-MG, com sede na à Praça Gaioso Neves n° 129, Centro, CEP 38.440-001, na cidade de Araguari/MG, inscrita no CNPJ/MF n° 16.840.649/0001-49, neste ato representada pelos Senhores XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO, portador do CPF n° XXXXXXXXXXXX, nomeado pela Portaria/Decreto n° XXX, de XXXXXXXX de XXXXXXXX de 2025, publicada no Correio Oficial do Município de XX, de XX de 2025, portador da matrícula funcional n° XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX; XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, SECRETÁRIA MUNICIPAL DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL, portadora do CPF n° XXXXXXXXXXXX, nomeada pela Portaria/Decreto n° XXX, de XXXXXXXX de XXXXXXXX de 2025, publicada no Correio Oficial do Município de XX, de XX de 2025; e XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, SECRETÁRIA MUNICIPAL DE SAÚDE, portadora do CPF n° XXXXXXXXXXXX, nomeada pela Portaria/Decreto n° XXX, de XXXXXXXX de XXXXXXXX de 2025, publicada no Correio Oficial do Município de XX, de XX de 2025, todos nomeados por delegação de competência, por intermédio do inciso V, do art. 69 da Lei Municipal n° 5.793/2017, doravante denominado CONTRATANTE e, de outro lado, a empresa ....., com sede em ....., à rua ....., inscrita no CNPJ sob n. ...., por seu representante legal, sr. ...., RG. CPF., doravante denominada simplesmente CONTRATADA, celebram o presente Contrato, decorrente da Concorrência n°. XXX/2025, que será regido pelas Leis Federais n° 12.232 de 29 de abril de 2010, complementada pelas Leis n° 4.680/65 e n° 14.133/21, em conformidade com as normas padrão CENP, aplicando-se ainda, no que couber, as demais normas específicas aplicáveis ao objeto, ainda que não citadas expressamente.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



## 1. CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. Este contrato tem por objeto a prestação de serviços de publicidade e propaganda sendo estes entendidos como os definidos na Lei Federal nº 12.232/2010, de acordo com as especificações e detalhamentos do Edital de licitação, modalidade Concorrência nº XXX/2025 e seus Anexos que, juntamente com a proposta da CONTRATADA, passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição

1.2. Este contrato tem por objeto a execução de atividades previstas na Lei 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de promoção, de patrocínio, de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.3.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

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

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

1.4. As pesquisas e avaliações previstas no item 1.3.1 terão as seguintes finalidades:

I- gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo de Minas Gerais, o público-alvo, os meios e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças publicitárias;

II- aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

III- possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.5. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no item 1.2, o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação ou de divulgação.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



1.6. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.3.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

1.8. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta cláusula.

1.9. Para a execução dos serviços, a CONTRATANTE observará os procedimentos de seleção interna entre as agências contratadas, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este instrumento, cuja metodologia será publicada no Diário Oficial do Município de Araguari na Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais e no Diário Oficial da União, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

1.10. Para execução dos serviços objeto do presente contrato, não fica o CONTRATANTE impedido de contratar diretamente com o Órgão Oficial do Estado, sem que caiba à CONTRATADA os pagamento relativos a estes serviços.

1.11. Os serviços abrangem as ações institucionais de publicidade e propaganda e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da CONTRATANTE.

1.12. O objeto deste contrato será para atendimento aos órgãos da Administração Direta Municipal, quais sejam: Secretaria Municipal de Comunicação, Secretaria Municipal do Desenvolvimento Social e Secretaria Municipal de Saúde.

## 2. CLÁUSULA SEGUNDA - DO VALOR DO CONTRATO

2.1. O valor estimado do presente contrato é de **R\$1.550.000,00 (um milhão quinhentos e cinquenta mil reais)** e será pago à medida em que apresentada, pela CONTRATADA, fatura ou nota fiscal dos serviços prestados, observada sua Proposta de Preços e os procedimentos previstos na cláusula quinta do presente contrato.

2.1.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA somarão no mínimo 10% (dez por cento) do montante efetivamente executado pelas 05 (cinco) contratadas, que está estimado em **R\$1.550.000,00 (um milhão quinhentos e cinquenta mil reais)**, conforme estabelecido no subitem 2.1 deste contrato.

2.1.2. *O Município de Araguari-MG se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.*

2.2. A CONTRATADA será remunerada na forma das disposições legais aplicáveis à espécie e conforme estabelecido na presente cláusula, obedecido o percentual



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



concedido na sua Proposta de Preço, quais sejam:

Item	(%)
<b>P1.</b> Percentual incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de <b>Custos Internos</b> do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da apresentação da Proposta de Preços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.	_% (extenso)
<b>P2.</b> Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de <b>pesquisas</b> e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.	_% (extenso)
<b>P3.</b> Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários cuja distribuição <b>não proporcione</b> à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.	_% (extenso)
<b>P4.</b> Percentual de honorários incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de <b>outras formas inovadoras de comunicação publicitária</b> , em consonância com novas tecnologias, não enquadradas como plataformas digitais (item 2.2.1 abaixo), visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução <b>não</b> proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.	_% (extenso)
<b>P5.</b> Percentual de honorários incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir <b>exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento</b> .	_% (extenso)

2.2.1. O percentual de honorários incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, será de 15% (quinze por cento), visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

2.2.1.1. Os honorários de remuneração de que trata o item 2.2.1 não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

2.2.1.2. Na gestão dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da CONTRATADA, prevista no item 2.2.1, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela CONTRATADA para essa distribuição.

2.2.1.3. As peças publicitárias previstas no item 2.2.1 podem envolver tanto as peças criadas pela CONTRATADA como as peças criadas pelo próprio Município de Araguari-MG.

2.2.1.4. Para as plataformas digitais previstas no item 2.2.1, será permitido o pagamento anterior ao impulsionamento de campanhas desde que devidamente justificado e comprovada a condição indispensável para a realização do serviço na plataforma digital, demonstrando-se a impossibilidade de se proceder o faturamento posterior à execução do serviço.

2.3. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

2.4. Além da remuneração prevista no item 2.2 do presente contrato, a CONTRATADA fará jus ao desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965, regulamentado pelo Decreto Federal nº 57.690/1966, e itens 2.5 e 2.5.1 das Normas-Padrão de Publicidade, do Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP).

2.4.1. O desconto-padrão que trata o subitem anterior é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do Art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

2.4.2. Dos 20% (vinte por cento) do desconto-padrão de agência a que faz jus, conforme estabelecido pelas Normas- Padrão do CENP, a CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE, sob forma de desconto, o equivalente a 5% (cinco pontos percentuais), e permanecerá com os restantes 15% (quinze pontos percentuais), no ato do pagamento de cada uma das faturas.

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

2.4.4. A CONTRATADA não fará jus ao desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

2.5. Quando se tratar de veiculação de Publicações Legais (editais, avisos, comunicados) será praticada a seguinte taxa de remuneração: 10% (dez por cento) incidente sobre o valor da veiculação, a título de remuneração por intermediação da agência.

2.6. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



2.7. O valor referido no item 2.1 desta cláusula inclui todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita execução dos serviços, tais como as despesas com mão-de-obra e os encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal e de seguros, tributos e contribuições parafiscais, assim como o lucro, razão pela qual nenhum outro valor será devido pela CONTRATANTE em decorrência da execução dos serviços contratados.

2.8. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

2.9. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos aqui previstos.

### **3. CLÁUSULA TERCEIRA - DO LOCAL E DO RECEBIMENTO**

3.1. A CONTRATADA obriga-se a executar o objeto descrito neste contrato e no Edital da Concorrência nº XXX/2025, no endereço indicado no preâmbulo deste instrumento.

3.2. A execução do objeto dar-se-á nas condições estabelecidas neste contrato e no Edital da Concorrência nº XX/2025, mediante solicitação da CONTRATANTE.

3.3. O recebimento do objeto, pelo CONTRATANTE, dar-se-á por meio dos seguintes procedimentos:

a) Provisoriamente, para efeito de posterior verificação da conformidade do objeto com as especificações contidas no Anexo F e, encontrada alguma irregularidade, será fixado prazo para correção pela CONTRATADA.

3.4. Definitivamente, após 30 dias, mediante a verificação do atendimento às especificações contidas no Anexo F e consequente aceitação

3.5. Havendo necessidade de correção por parte da CONTRATADA, os prazos de pagamento serão suspensos e será considerado o fornecimento em atraso. Fica a CONTRATADA sujeita à aplicação de multa sobre o valor considerado em atraso e, conforme o caso, a outras sanções estabelecidas na Lei e neste instrumento.

3.6. Em caso de irregularidade não sanada pela CONTRATADA, o CONTRATANTE reduzirá a termo os fatos ocorridos para aplicação de sanções.

### **4. CLÁUSULA QUARTA - DO PAGAMENTO**

#### **Prazo de pagamento**

4.1. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 10 (dez) dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022.

4.2. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao Contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



### **Forma de pagamento**

- 4.3. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo Contratado.
- 4.4. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.
- 4.5. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.
- 4.5.1. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.
- 4.6. O Contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

### **Antecipação de pagamento**

- 4.7. Não se aplica.

### **Cessão de crédito**

- 4.8. É admitida a cessão fiduciária de direitos creditícios com instituição financeira, nos termos e de acordo com os procedimentos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de julho de 2020, conforme as regras deste presente tópico.
- 4.8.1. As cessões de crédito não abrangidas pela Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de julho de 2020, dependerão de prévia aprovação do Contratante.
- 4.9. A eficácia da cessão de crédito não abrangida pela Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de julho de 2020, em relação à Administração, está condicionada à celebração de termo aditivo ao contrato administrativo.
- 4.10. Sem prejuízo do regular atendimento da obrigação contratual de cumprimento de todas as condições de habilitação por parte do Contratado (cedente), a celebração do aditamento de cessão de crédito e a realização dos pagamentos respectivos também se condicionam à regularidade fiscal e trabalhista do cessionário, bem como à certificação de que o cessionário não se encontra impedido de licitar e contratar com o Poder Público, conforme a legislação em vigor, ou de receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, conforme o art. 12 da Lei nº 8.429, de 1992, nos termos do Parecer JL-01, de 18 de maio de 2020.
- 4.11. O crédito a ser pago à cessionária é exatamente aquele que seria destinado à cedente (Contratado) pela execução do objeto contratual, restando absolutamente incólumes todas as defesas e exceções ao pagamento e todas as demais cláusulas exorbitantes ao direito comum aplicáveis no regime jurídico de direito público incidente sobre os contratos administrativos, incluindo a



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



possibilidade de pagamento em conta vinculada ou de pagamento pela efetiva comprovação do fato gerador, quando for o caso, e o desconto de multas, glosas e prejuízos causados à Administração.

4.12. A cessão de crédito não afetará a execução do objeto contratado, que continuará sob a integral responsabilidade do Contratado.

## 5. CLÁUSULA QUINTA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025, correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO (ficha 710/0);**

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0025 - Publicação e divulgação de interesse público;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 464/0)**

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0002 - Apoio Administrativo;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 803/0);**

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 822/0);**

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 847/0);**

Fonte de recursos: 1.600;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE (ficha 858/0);**

Fonte de recursos: 1.600/1.621;

Programa de trabalho: 0028 - Atenção Integral à Saúde;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 678/0);**

Fonte de recursos: 1.500;

Programa de trabalho: 0025 - Comunicação e Marketing;



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 713/0);**

Fonte de recursos: 1.660;

Programa de trabalho: 0026 - Assistência, Inclusão e Controle Social;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ;

**Gestão/unidade: SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (ficha 864/0);**

Fonte de recursos: 1.756;

Programa de trabalho: 0025 - Comunicação e Marketing;

Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços Terceiros PJ.

## 6. CLÁUSULA SEXTA - DAS OBRIGAÇÕES

Constituem obrigações das partes:

### 6.1. DO CONTRATANTE:

6.1.1. Fiscalizar e avaliar a execução do contrato, por meio de agente previamente designado, podendo, para tanto, vistoriar, solicitar a emissão de relatórios gerenciais e auditar os relatórios de prestação do serviço elaborados pela CONTRATADA;

6.1.2. Proporcionar à CONTRATADA o acesso às informações e documentos necessários ao desenvolvimento dos serviços;

6.1.3. Comunicar à CONTRATADA, imediatamente e por escrito, toda e qualquer irregularidade, imprecisão ou desconformidade verificada na execução do contrato por parte dela, assinalando prazo para que a regularize sob pena de serem-lhe aplicadas as sanções legais e contratuais previstas;

6.1.4. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades cometidas por ela no cumprimento deste contrato;

6.1.5. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

6.1.6. Promover o recebimento provisório e o definitivo no prazo fixado, e efetuar o pagamento no prazo fixado neste contrato;

6.1.7. Aprovar previamente os trabalhos a serem executados e espectivos custos. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com as CONTRATADA.

### 6.2. DA CONTRATADA:

6.2.1. Mobilizar e disponibilizar todos os recursos necessários à prestação dos serviços;

6.2.2. Prestar os serviços que compõem o objeto deste contrato, nas condições estabelecidas no Edital e seus Anexos;

6.2.3. Cumprir as ordens de serviço emitidas pelo CONTRATANTE;

6.2.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



CONTRATANTE;

- 6.2.5. Cumprir todas as normas éticas e técnicas aplicáveis para a boa execução dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros;
- 6.2.6. Apresentar, juntamente com o planejamento da campanha publicitária a ser desenvolvida, justificativa técnica da escolha dos veículos de comunicação nos quais serão veiculadas as campanhas;
- 6.2.7. Quando da programação de veículo de divulgação online, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais;
- 6.2.8. Registrar as demandas, aprovações e entregas entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, por meio eletrônico ou via protocolo de entrega com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
- 6.2.9. Providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pela CONTRATANTE quanto à execução dos serviços;
- 6.2.10. Responsabilizar-se por todas as despesas envolvidas na prestação de serviços;
- 6.2.11. Iniciar os serviços no prazo fixado pelo CONTRATANTE, em exato cumprimento às especificações no Edital e seus Anexos, bem como o descrito nas autorizações de serviços;
- 6.2.12. Observar as datas e os horários determinados pelo CONTRATANTE, para a prestação dos serviços;
- 6.2.13. Fornecer todas as informações solicitadas pelo CONTRATANTE no prazo determinado;
- 6.2.14. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE;
- 6.2.15. Manter os dados cadastrais atualizados junto ao CONTRATANTE;
- 6.2.16. Conferir e solicitar, quando necessário, a atualização dos dados cadastrais dos veículos/fornecedores;
- 6.2.17. Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- 6.2.18. Arcar com eventuais prejuízos causados ao CONTRATANTE e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidade cometidas por seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do contrato;
- 6.2.19. Responsabilizar-se, civil e criminalmente, por quaisquer danos ou prejuízos causados por ação ou omissão de seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do contrato;
- 6.2.20. Promover, em seu próprio nome e às suas expensas, as medidas judiciais ou extrajudiciais necessárias para reparar os danos e prejuízos causados, sendo de sua responsabilidade eventuais reclamações cíveis, criminais ou trabalhistas que possam surgir em decorrência do evento danoso;
- 6.2.21. Exercer a fiscalização necessária ao perfeito cumprimento do contrato, independentemente da fiscalização exercida pelo CONTRATANTE;
- 6.2.22. Manter um arquivo organizado com todos os documentos relacionados a este



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



contrato, tais como ordens e recomendações expedidas pelo CONTRATANTE, registros de eventuais ocorrências e de fatos relevantes;

6.2.23. A CONTRATADA não poderá justificar o descumprimento de qualquer obrigação por inadequação de seu planejamento ou por falta de recursos;

6.2.24. Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as normas estatuídas pela legislação trabalhista, social e previdenciária, tanto no que se refere a seus empregados, como a contratados e prepostos, responsabilizando-se, mais, por toda e qualquer autuação e condenação oriunda da eventual inobservância das citadas normas, aí incluídos acidentes de trabalho, ainda que ocorridos nas dependências do CONTRATANTE. Caso o CONTRATANTE seja chamada a juízo e condenada pela eventual inobservância das normas em referência, a CONTRATADA obriga-se a ressarcir-la do respectivo desembolso, ressarcimento este que abrangerá despesas processuais e honorários de advogado arbitrados na referida condenação;

6.2.25. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto deste contrato, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado, conforme previsto na Lei Federal nº 14.133/2021;

6.2.26. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE;

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

6.2.28. Responsabilizar-se por qualquer infração do direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, sendo que toda e qualquer violação ao direito autoral será de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, respondendo por eventuais indenizações;

6.2.29. Transferir para o CONTRATANTE os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente contrato, relativamente aos serviços da agência;

6.2.30. Atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento;

6.2.31. Apresentar ao CONTRATANTE, para pagamento, os custos e as despesas de veiculação acompanhados de demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, com o fim de atender o disposto no art.15 da Lei nº 12.232/2010. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada declaração sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente;

6.2.32. Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e junto a veículos de



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



divulgação e transferir ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas;

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

6.2.34. Encaminhar ao CONTRATANTE todo relatório gerencial que vier a ser solicitado, incluindo o relatório sobre gastos com publicidade;

6.2.35. Encaminhar ao CONTRATANTE a nota fiscal/fatura relativa à compra de espaço para a veiculação de publicidade e ou fornecimento de serviços e suprimentos de terceiros em até 180 (cento e oitenta) dias da emissão da respectivas autorizações;

6.2.36. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados;

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

6.2.38. Executar por si, ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de comunicação e de divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE, observando-se a escolha por parte da CONTRATANTE, em qualquer hipótese.

6.2.39. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE (hipóteses do subitem 1.3.1 deste contrato):

6.2.39.1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores, exceto aqueles cotados pela SECOM;

6.2.39.2. Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados na SECOM, aptos a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

6.2.39.3. Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na SECOM, que estejam habilitados conforme Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) a fornecerem o produto ou serviço pretendido;

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

6.2.39.5. Os orçamentos dos fornecedores deverão estar assinados digitalmente e ser apresentados em arquivo PDF timbrado, com número do CNPJ, devendo constar: Nome do órgão solicitante (PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAGUARI); Data de emissão do orçamento; Descrição das peças orçadas (tamanho, quantidade, material e/ou serviço a ser realizado); Valor unitário e valor total das peças/serviços orçados; Endereço completo; Telefone de contato e Nome do responsável pela proposta;

6.2.39.6. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE;

6.2.39.7. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, optando pela menor oferta de



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



preço;

6.2.39.8. Se não houver possibilidade de se obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do CONTRATANTE;

6.2.39.9. Quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

6.2.39.10. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente com fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor;

6.2.39.11. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

6.2.39.11.1. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento; d

6.2.39.11.2. irigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau;

6.2.40. Encaminhar trimestralmente até o 5º dia útil do mês subsequente um balanço com todos os gastos efetuados, tais como: honorários, produção e veiculação, devendo o referido relatório ser cumulativo a partir da vigência do contrato.

6.2.41. A CONTRATADA deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços. Para comprovação das veiculações, será obrigação das agências firmarem contratos com empresas independentes de checagem que contemplem o acesso da Superintendência Central de Publicidade aos relatórios de checagem produzidos, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e demais dados que as ferramentas disponibilizarem.

6.2.42. A CONTRATADA deverá ter ciência e conhecimento das regras e do Manual de Marca e demais documentos constantes no site da PMA <http://www.araguari.mg.gov.br>.

6.2.43. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

## 7. CLÁUSULA SÉTIMA - DAS SANÇÕES

7.1. A contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste edital, conforme disposições do artigo 155 da Lei 14.133/21 ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas no artigo 156 e seguintes da Lei 14.133/21, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

7.1.1. A contratada 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;



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



- 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 artigo 5º da Lei n. 12.846, de 1º de agosto de 2013.

7.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas constantes do artigo 155 da lei 14.133/21, as seguintes infrações:

- I - advertência;
- II - multa;
- III - impedimento de licitar e contratar;
- IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

7.2.1. A sanção de advertência será aplicada exclusivamente pela infração administrativa de dar causa à inexecução parcial do contrato.

7.2.2. A sanção de multa, será de no mínimo 0,5% (meio por cento) e no máximo de 30-% (trinta por cento) do valor do contrato licitado ou celebrado com contratação direta, aplicável ao responsável pelas infrações constantes do artigo 155 da Lei 14.133/21.

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

- a) dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração;
- 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



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



justificado.

7.2.4 A aplicação das sanções previstas no artigo 156 da lei 14.133/21 não exclui a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

7.3. Na aplicação das sanções previstas no artigo 156 da lei 14.133/21 será facultada defesa ao interessado nos prazos e condições especificadas no artigo 157 da mesma lei.

## **8. CLÁUSULA OITAVA - DA FISCALIZAÇÃO**

8.1. O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

8.2. O fiscal do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

8.3. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

8.4. O fiscal do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

8.5. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

8.6. O fiscal do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual.

8.7. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade do Contratado, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade do Contratante ou de seus agentes, gestores e fiscais, de conformidade.

8.8. As disposições previstas neste Termo de Referência não excluem o disposto no Anexo VIII da Instrução Normativa SEGES/MP nº 05, de 2017, aplicável no que for pertinente à contratação, por força da Instrução Normativa Seges/ME nº 98, de 26 de dezembro de 2022.

8.9. O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

8.10. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



## 9. CLÁUSULA NONA - DA VIGÊNCIA

9.1. O prazo de vigência da contratação é de **05 (cinco) anos**, contados da assinatura do contrato, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes.

9.2. *Com a ressalva de que a cada exercício financeiro a Administração Pública deverá verificar e atestar, no início da contratação e de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção, bem como a previsão no plano plurianual, quando ultrapassar 01 (um) exercício financeiro*, contados a partir de sua assinatura, respeitada a vigência máxima decenal, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021, desde que seja atestada 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.

## 10. CLÁUSULA DÉCIMA - DA GARANTIA

10.1. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, podendo a Contratada optar pela caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia, fiança bancária ou título de capitalização, em valor correspondente a **5% (cinco por cento)** do valor anual da contratação.

10.2. Em caso de opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária deverá apresentá-la, no máximo, até a data de assinatura do contrato.

10.3. A apólice de seguro-garantia deverá ter validade durante a vigência do contrato e por mais 90 (noventa) dias após término deste prazo de vigência, permanecendo em vigor mesmo que o Contratado não pague o prêmio nas datas convencionadas.

10.4. Caso a contratada não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, ocorrerá a preclusão do direito de escolha dessa modalidade de garantia.

10.5. A apólice de seguro-garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

10.6. Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvados os períodos de suspensão contratual.

10.7. Caso a contratada não opte pelo seguro-garantia ou não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, deverá apresentar, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contado da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia nas modalidades de caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, fiança bancária ou títulos de capitalização.

10.8. Caso seja a garantia em dinheiro a modalidade de garantia escolhida pelo Contratado, deverá ser efetuada em favor do Contratante, em conta específica na Caixa Econômica Federal, com correção monetária.

10.9. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério competente.

10.10. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

10.11. Na hipótese de opção pelo título de capitalização, a garantia deverá ser custeada por pagamento único, com resgate pelo valor total, sob a modalidade de instrumento de garantia, emitido por sociedades de capitalização regulamente constituídas e autorizadas pelo Governo Federal.

10.12. O título de capitalização deverá ser apresentado ao Contratante juntamente com as condições gerais e o número do processo administrativo sob o qual o plano de capitalização foi aprovado pela Susep (art. 8º, III, da Circular SUSEP nº 656, de 11 de março de 2022).

10.13. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, sob pena de não aceitação, o pagamento de:

10.13.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

10.13. 2. Multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e

10.13.3. Obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pelo Contratado.

10.14. Em caso de seguro-garantia, a apólice deverá ter cobertura para pagamento direto ao empregado após decisão definitiva em processo administrativo que apure montante líquido e certo a ele devido em razão de inadimplência do Contratado, independentemente de trânsito em julgado de decisão judicial.

10.15. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

10.16. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o Contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

10.17. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contados da data em que for notificada.

10.18. O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

10.19. O emitente da garantia ofertada pelo Contratado deverá ser notificado pelo Contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

10.20. Caso se trate da modalidade seguro-garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro, nos termos do art. 20 da Circular Susep nº 662, de 11 de abril de 2022.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



- 10.21. Extinguir-se-á a garantia com a restituição da carta fiança, autorização para a liberação de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia ou anuência ao resgate do título de capitalização, acompanhada de declaração do Contratante, mediante termo circunstanciado, de que o Contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato.
- 10.22. A extinção da garantia na modalidade seguro-garantia observará a regulamentação da Susep.
- 10.23. A Administração deverá apurar se há alguma pendência contratual antes do término da vigência da apólice.
- 10.24. A garantia somente será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.
- 10.25. A Contratada autoriza o Contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista neste Termo de Referência.
- 10.26. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo Contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à Contratada.
- 10.27. A garantia de execução é independente de eventual garantia do produto ou serviço prevista neste Termo de Referência.

## **11. CLÁSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA FRAUDE E DA CORRUPÇÃO**

- 11.1. Nos procedimentos licitatórios realizados pelo Município de Araguari-MG serão observadas as determinações que se seguem.
- 11.2. O Município de Araguari-MG exige que os licitantes/contratados, observem o mais alto padrão de ética durante a licitação e execução dos contratos. Em consequência desta política, define, com os propósitos dessa disposição, os seguintes termos:
- 11.2.1. “prática corrupta” significa a oferta, a doação, o recebimento ou a solicitação de qualquer coisa de valor para influenciar a ação de um agente público no processo de licitação ou execução do contrato;
- 11.2.2. “prática fraudulenta” significa a deturpação dos fatos a fim de influenciar um processo de licitação ou a execução de um contrato em detrimento do CONTRATANTE;
- 11.2.3. “prática conspiratória” significa um esquema ou arranjo entre os concorrentes (antes ou após a apresentação da proposta) com ou sem conhecimento do CONTRATANTE, destinado a estabelecer os preços artificiais, não competitivos, para as propostas e privar o CONTRATANTE dos benefícios da competição livre e aberta;
- 11.2.4. “prática coercitiva” significa prejudicar ou ameaçar prejudicar, diretamente ou indiretamente, pessoas ou suas propriedades a fim de influenciar a participação delas no processo de licitação ou afetar a execução de um contrato;
- 11.2.5. “prática obstrutiva” significa:
- 11.2.5.1. Destruir, falsificar, alterar ou esconder intencionalmente provas materiais para investigação ou oferecer informações falsas aos investigadores com o objetivo de impedir uma investigação do CONTRATANTE ou outro órgão de controle sobre



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



alegações de corrupção, fraude, coerção ou conspiração; significa ainda ameaçar, assediar ou intimidar qualquer parte envolvida com vistas a impedir a liberação de informações ou conhecimentos que sejam relevantes para a investigação; ou

11.2.5.2. Agir intencionalmente com o objetivo de impedir o exercício do direito do CONTRATANTE ou outro órgão de controle de investigar e auditar.

11.3. O Município de Araguari-MG rejeitará uma proposta e aplicará as sanções previstas na legislação vigente se julgar que o licitante, diretamente ou por um agente, envolveu-se em práticas corruptas, fraudulentas, conspiratórias ou coercitivas durante o procedimento licitatório.

11.4. A ocorrência de qualquer das hipóteses acima elencadas, será denunciada à Controladoria Geral do Município para adoção das medidas cabíveis.

## **12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DO ANTINEPOTISMO**

12.1. É vedada a execução de serviços por empregados que sejam cônjuges, companheiros ou que tenham vínculo de parentesco em linha reta ou colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau com agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança no órgão Contratante, salvo se investidos por concurso público.

## **13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DOS DIREITOS AUTORAIS**

13.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência do contrato.

13.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato.

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

13.1.2.1. Caberá a esses entes, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com quem mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

13.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

13.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



13.2.1.1 a 13.2.3.

13.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

13.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50 % (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

13.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 13.2.1.1 e 13.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos no contrato.

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

13.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo CONTRATANTE.

13.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I- a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II- que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

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

13.6. O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Executivo Estadual. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



#### **14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)**

14.1. As PARTES, por si e por seus colaboradores, obrigam-se a atuar no presente contrato em conformidade com a legislação vigente sobre Proteção de Dados Pessoais e as determinações de órgão reguladores e/ou fiscalizadores sobre a matéria, em especial, a Lei Federal nº 13.709/2018.

14.2. No presente contrato, o CONTRATANTE assume o papel de controlador, nos termos do artigo 5º, VI da Lei nº 13.709/2018, e a CONTRATADA assume o papel de operador, nos termos do artigo 5º, VII da Lei nº 13.709/2018.

14.3. A CONTRATADA deverá guardar sigilo sobre os dados pessoais compartilhados pelo CONTRATANTE e só poderá fazer uso dos dados exclusivamente para fins de cumprimento do objeto deste contrato, sendo-lhe vedado, a qualquer tempo, o compartilhamento desses dados sem a expressa autorização do CONTRATANTE, ou o tratamento dos dados de forma incompatível com as finalidades e prazos acordados.

14.4. As PARTES deverão notificar uma à outra, por meio eletrônico, em até 2 (dois) dias úteis, sobre qualquer incidente detectado no âmbito de suas atividades, relativo a operações de tratamento de dados pessoais.

14.5. As PARTES se comprometem a adotar as medidas de segurança administrativas, tecnológicas, técnicas e operacionais necessárias a resguardar os dados pessoais que lhe serão confiados, levando em conta as diretrizes de órgãos reguladores, padrões técnicos e boas práticas existentes.

14.6. O CONTRATANTE terá o direito de acompanhar, monitorar, auditar e fiscalizar a conformidade da CONTRATADA, diante das obrigações de operador, para a proteção de dados pessoais referentes à execução deste contrato.

14.7. As PARTES ficam obrigadas a indicar encarregado pela proteção de dados pessoais, ou preposto, para comunicação sobre os assuntos pertinentes à Lei nº 13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores.

14.8. As PARTES darão conhecimento formal a seus empregados e colaboradores das obrigações e condições acordadas nesta cláusula. As diretrizes aqui estipuladas deverão ser aplicadas a toda e qualquer atividade que envolva a presente contratação.

#### **15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA EXTINÇÃO CONTRATUAL**

15.1. O contrato será extinto quando cumpridas as obrigações de ambas as partes, ainda que isso ocorra antes do prazo estipulado para tanto.

15.2. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no [artigo 137 da Lei nº 14.133/21](#), bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.2.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os [artigos 138 e 139 da mesma Lei](#).

15.2.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



15.2.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.3. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

- 15.3.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;
- 15.3.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;
- 15.3.3. Indenizações e multas.

15.4. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório ([art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021](#)).

15.5. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau ([art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021](#)).

## **16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

16.1. A tolerância com qualquer atraso ou inadimplência por parte da CONTRATADA não importará, de forma alguma, em alteração contratual.

16.2. Conforme Instrução Normativa SECOM/PR n° 1/2023, não será admitida a subcontratação do objeto contratual a outra agência de propaganda no caso de serviços de publicidade e, de maneira análoga, aos demais serviços de comunicação abrangidos, no que couber.

16.3. O presente contrato poderá ser alterado nos casos previstos pelo art. 124 da Lei n° 14.133/2021, desde que devidamente fundamentado e autorizado pela autoridade competente.

## **17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA PUBLICAÇÃO**

17.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no [art. 94 da Lei 14.133, de 2021](#), bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, *caput*, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao [art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011](#), c/c [art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012](#).

17.1.1. O Contratante divulgará, a suas expensas, o extrato do contrato no Diário Oficial da União, na Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais e no Diário Oficial do Município de Araguari-MG.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**18 . CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DO FORO**

18.1. As partes elegem o foro da Comarca de Araguari/MG para dirimir quaisquer dúvidas ou litígios decorrentes deste contrato.

E, para firmeza e prova de assim haverem, entre si, ajustado e acordado, após ter sido lido juntamente com seu(s) Anexo(s), o presente contrato é assinado eletronicamente pelas partes.

Araguari-MG, xxxxxxxxx de xxxxxxx de xxxx.

CONTRATANTE:

CONTRATADA:

TESTEMUNHAS:



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ANEXO D - MODELO DE DECLARAÇÕES**

**DECLARAÇÃO TRABALHO DO MENOR APRENDIZ**

**Ref.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025.**

\_\_\_\_\_ (nome da empresa) \_\_\_\_\_, sediada  
\_\_\_\_\_ (endereço completo) \_\_\_\_\_, por intermédio de  
seu representante legal \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de  
Identidade nº \_\_\_\_\_, inscrito(a) no CPF sob nº \_\_\_\_\_, declara, que  
não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor  
de dezesseis anos.

(Se for o caso acrescentar texto a seguir)

Ressalva: emprega menor a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

Data e local.

\_\_\_\_\_  
(nome completo, conforme CI)

(assinatura do declarante)



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE**

\_\_\_\_\_ (nome da empresa) \_\_\_\_\_, CNPJ  
\_\_\_\_\_ sediada \_\_\_\_\_ (endereço  
completo) \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal  
\_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade nº  
\_\_\_\_\_, inscrito(a) no CPF sob nº \_\_\_\_\_, declara, sob as penas da  
lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo  
licitatório e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Data e local.

\_\_\_\_\_

(nome completo, conforme CI)

(assinatura do declarante)



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



### **ANEXO E - BRIEFING**

#### **1. INTRODUÇÃO**

Briefing é um conjunto de informações, uma coleta de dados para o desenvolvimento de um trabalho. Palavra inglesa que significa resumo em português. É um documento contendo a descrição da situação de uma marca ou empresa, seus problemas, oportunidades, objetivos e recursos para atingi-los.

O briefing é um processo utilizado na área administrativa, por profissionais da comunicação, relações públicas e publicitários. O briefing é a base de um processo de um planejamento.

Numa agência de propaganda o briefing é uma das etapas fundamentais de um processo publicitário. É um processo contínuo e cumulativo através de todos os estágios do planejamento de propaganda. Significa a passagem de informação de uma pessoa para outra, especialmente do anunciante para o executivo de atendimento e deste para os demais profissionais envolvidos no processo. Um bom briefing deve ser tão curto quanto possível, mas tão longo quanto necessário.

Existem diversos modelos de briefing, mas não existe um modelo pronto, cada agência ou empresa possui o seu próprio e que melhor se adapta com as suas necessidades. Existem alguns itens que são essenciais para compor um bom briefing, como o histórico da empresa, o problema de marketing que está ocorrendo, objetivos, plano de ação, o público alvo que a organização quer atingir, áreas geográficas de interesses e limitações, como prazos e custos.

O objetivo deste briefing é propiciar às empresas de publicidade, interessadas em participar da licitação a ser deflagrada pelo Município de Araguari, dados para elaboração de trabalho publicitário, o qual será utilizado como indicador de pontuação técnica.

#### **2. A COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE**

A comunicação do Poder Público baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é seu dever informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. A publicidade do Poder Público precisa ter caráter essencialmente institucional (artigo 37, §1º, CF/88).

É por meio da comunicação do Poder Executivo Municipal de Araguari que os cidadãos são informados dos seus direitos e deveres, das ações da administração municipal e dos benefícios das mesmas. Nesse sentido, a comunicação da Poder Executivo Municipal de Araguari cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

#### **3. OBJETIVO PRINCIPAL**

O objetivo principal da comunicação do Poder Executivo Municipal de Araguari é de disseminar informações sobre assuntos de interesse social, dos mais diversos órgãos, projetos e programas em desenvolvimento pela administração municipal. É, também, objetivo precípuo a estimulação da sociedade a participar do debate e da definição de Políticas Públicas a serem desenvolvidas no Município de Araguari. Através da comunicação, o Poder Público Municipal divulga ações e serviços colocados à disposição da sociedade.



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



#### 4. OBJETIVO ESPECÍFICO

Especificamente, a comunicação do Poder Público Municipal de Araguari com a Comunidade objetiva: a divulgação de dados de gestão, para fins de conhecimento e fiscalização; projetos e obras, programas e serviços, eventos culturais, esportivos e de lazer.

#### 5. BREVE HISTÓRICO

Araguari é um município triangulino. Localizado na porção oeste do Estado de Minas Gerais, na região da antiga “Farinha Podre”, denominada Triângulo Mineiro ao final do século XIX. Balizado pelas coordenadas geográficas de 18°20' e 18°55' de latitude sul, 47° .55' e 48° .40' de longitude, limita-se em Minas Gerais com Cascalho Rico, Estrela do Sul, Indianópolis, Tupaciguara e Uberlândia e em Goiás, com Corumbaíba e Catalão.

Sua ocupação foi iniciada, aproximadamente, na segunda década dos anos de 1800. Anteriormente, na rota de passagem dos desbravadores rumo ao interior do país, especialmente Goyaz, permaneceu por cerca de um século como caminho para o tráfego de tropas.

A historiografia brasileira, nos séculos XVIII e XIX, em várias ocasiões, aborda o povoamento do país por intermédio do processo sesmeiro que buscava fixar pessoas à terra. Para ter acesso às concessões, era essencial que o requerente fosse da religião católica. No Triângulo, o processo foi o mesmo e isso justifica a percepção de que muitos municípios tenham sua história fundamentada na posse de terras.

Conforme vertente historiográfica popular, com a ocupação rural da localidade, a sede do município foi demarcada para julgo da Igreja Católica. O documento outorgando a propriedade nunca foi encontrado, sendo lavrada, quase um século depois, uma transcrição no Livro de Tombo da Matriz, a fim de confirmar testemunhalmente e memorialmente a doação.

A aldeia emoldurada por fazendas e com um pequeno núcleo urbanístico, foi identificada popularmente como “Ventania”, sem que esta denominação fosse configurada em lei. Devido à sua posição geográfica, o lugar era reduto de poeira e ventos fortes na época de escassez de chuvas, o que explica a popular identidade.

No ano de 1843, o Decreto Provincial Mineiro 247 de 20 de julho, denominou primeiramente o lugar, considerando-o Distrito de Paz, com o nome de BREJO ALEGRE.

Em 1864, o Distrito foi alçado à categoria de Freguesia e/ou Paróquia. E para fundamentar esta iniciativa, foi determinada por lei a edificação de uma igreja.

A Paróquia de Brejo Alegre, ao final do século XIX, era subordinada ao município de Bagagem, atual Estrela do Sul, e no ano de 1884, aos 31 de março, alcançou sua emancipação política, conquistando a distinção de vila com a configuração da primeira Câmara. Este momento foi alicerçado na redação da Lei número 2996, de 19 de outubro de 1882, que criou o município do Brejo Alegre.

Autônoma, faltava a caracterização como cidade. Em 1888 a apresentação, junto à Assembleia Provincial, do Projeto número 154, impetrado pelo Deputado Provincial Padre Lafayette de Godoy, culminou com a Lei nº 3591, de 28 de agosto de 1888, que alterou a categoria do município. Elevado à condição de cidade, os moradores se depararam com fato bastante intrigante, pois a referida lei promoveu também a mudança nominal do município, que passou a ser intitulado ARAGUARY. A alteração foi fruto de uma emenda, impetrada por colegas deputados.

Araguary usou a grafia imposta pela lei por pouco mais de quatro décadas, quando Leis



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



Federais sedimentaram uma mudança ortográfica no país. Com a reforma, que extinguiu do alfabeto a letra y, passou normalmente a escrita para Araguari.

Nos últimos anos do século XIX, Araguay se configurava com quase duas centenas de casas de habitação; edifício público para “Câmara, Cadeia e Fórum”; escolinha com professores particulares para ambos os sexos; duas igrejas católicas; uma igreja protestante, a Igreja Presbiteriana de Araguay e alguns comércios e indústrias.

Neste cenário ainda embrionário de desenvolvimento, um fator promissor deu rumo à economia e à sociedade local, a instalação do transporte férreo. Após a conclusão, pela Cia Mogyana de Estradas de Ferro, em 1895, do trecho entre Uberaba e São Pedro do Uberabinha (Uberlândia, após 1929), logo Araguay recebeu o incremento comunicador e minimizador de distâncias.

A Cia Mogyana instalou-se no município de Araguay no ano de 1896 e logo depois, em 1906, a Estrada de Ferro de Goyaz efetivou sua matriz na cidade, com o projeto de levar os trilhos ao interior do Estado de Goyaz. Fazendo entroncamento com a Mogyana, que tinha seu ponto inicial em Campinas-SP, onde havia a possibilidade de baldeação com outras companhias, Araguay passou a ter ligação rápida e dinâmica para grandes centros do país e iniciou a ligação com os municípios goyanos.

A inserção da ferrovia mudou, aos poucos, a configuração da cidade. Foi ela a impulsionadora do desenvolvimento e da ocupação, atuando centralmente e periféricamente, pois de certa forma, todos os segmentos da sociedade estavam ligados ao labor férreo.

### **SOCIEDADE**

Como em grande parte do país, a miscigenação entre povos distintos (primeiros habitantes, os índios; migrantes; afrodescendentes e imigrantes) ambientou a ocupação do lugar. Seu maior desenvolvimento ocorreu após a inserção da ferrovia em 1896, quando a ligação com a cidade se tornou mais fácil e ágil. Antes disto, precários caminhos e parcas estradas oportunizaram a fixação dos habitantes.

No primeiro momento, o lugar recebia migrantes que buscavam melhoria de vida e por isto, mudavam de lugar de acordo com a necessidade e o interesse cíclico. Com a instalação da Cia. Mogyana de Estradas de Ferro e depois, da Estrada de Ferro de Goyaz (1906), as viagens até cidades mais avançadas e aos centros urbanos médios se tornaram mais “corriqueiras” e a cidade passou a receber migrantes, imigrantes que deixavam países em conflitos, afrodescendentes recém libertos em busca de trabalho e índios em deslocamento.

O encontramento e a vivência entre povos distintos, gerou a absorção de vários costumes e a criação de um linguajar regional. Linguisticamente, por todo o país, em prazo de muitas décadas, o Português tradicional deu lugar ao modo de falar brasileiro com a junção de influências, sendo as indígenas bastante notadas.

No início do século XX, a Câmara Municipal de Araguay votou algumas leis que denominaram ruas e muitas delas detinham nomes indígenas. Eram elas: Tupy, Avaré, Abaeté, Tamandaré, Tieté, Humaytá, Itaguahy, Tupinambás e Guarany. Isto ocorreu frequentemente no Brasil, pois o índio, como primeiro habitante, já havia batizado lugares. Seus “chamamentos” constantes eram reproduzidos e viravam a identificação de lugares. Destes logradouros citados, alguns tiveram seu nome alterado posteriormente, mas Avaré e Tamandaré permanecem como determinou a lei promulgada no ano de 1901.



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



Na passagem do tempo, periodicamente, muitos moradores chegaram à cidade. Alguns destes momentos, podem ser diagnosticados como “ciclos migratórios”: no início do século XX com a oportunidade de trabalho na ferrovia; nos anos de 1960, a instalação do II Batalhão Ferroviário transferiu militares até então residentes no Estado do Paraná; na década de 1970, também paranaenses, aportaram na cidade com o fim de trabalharem com o plantio do fruto do café e na década de 1980, a construção de uma usina hidrelétrica no município contribuiu para que muitos trabalhadores fizessem residência na cidade.

Contemporaneamente, muitas pessoas escolhem a cidade para viver, embasados em diversos objetivos. Seguem em busca de trabalho ou de estudo no IMEPAC (Instituto Master de Ensino Presidente Antônio Carlos), que é importante polo do Ensino Superior, ou até mesmo, no anseio de morar em um lugar mais tranquilo e permeado de possibilidades.

Araguari pujante, com área territorial de 2.729,777 km<sup>2</sup>, terceira maior cidade do Triângulo Mineiro, diagnosticada como a 13ª cidade mineira melhor para se viver, detendo IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) de 0,773, com população estimada em 121.000 habitantes, foi forjada com o trabalho e a influência de vários elementos, que a sedimentou como a próspera e agradável cidade que hoje é.

### **6. METAS PRIORITÁRIAS DA ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL**

Para se trabalhar com comunicação pública de determinado ente os profissionais da área devem conhecer os objetivos da administração. Em Araguari destacam-se os objetivos seguintes:

Na saúde, busca-se a humanização do atendimento, ampliação da cobertura dos usuários do sistema público de saúde; treinamento das equipes já existentes; atuação na prevenção de surtos endêmicos, destacando-se o combate à dengue; ampliação e melhoramento da estrutura física para maior conforto, comodidade e assertividade no atendimento aos usuários do SUS. De forma especial, busca-se informar a sociedade sobre o correto funcionamento do Sistema Único de Saúde, orientando a população acerca de como, quando e porque procurar determinada unidade, a fim de ter garantido o acesso a todos os direitos e serviços de saúde disponibilizados no município.

Na educação busca-se a valorização profissional, investimento na capacitação dos profissionais de educação; manutenção e melhoria da estrutura das escolas municipais; melhoria da qualidade do transporte de alunos e na qualidade da merenda escolar. Na área da cultura busca-se apoiar e promover as festividades e eventos culturais, o incentivo e o fomento aos projetos culturais e dos grupos artísticos, assim como a preservação do patrimônio histórico local e a edificação do Parque dos Ferroviários.

No desenvolvimento social, busca-se desenvolver políticas públicas de garantia dos direitos de toda população, em especial crianças, jovens, adolescentes e idosos, o cuidado com as comunidades mais vulneráveis e a redução de desigualdades. As ações ambientais são prioritárias com investimentos em proteção de nascentes e matas, a coleta seletiva e a educação ambiental, reflorestamento e conscientização sobre cuidados com o meio ambiente e, principalmente, na ampliação de Parques e áreas de convivência adequadas as várias idades da população e descentralizadas aos diversos bairros e setores do município.

Na área de segurança pública, a administração municipal, através da celebração de convênios com o Estado de Minas Gerais realizará apoios diversos às Polícias Civil e Militar, objetivando aquisição de veículos e equipamentos adequados à ação fiscalizadora.



# MUNICÍPIO DE ARAGUARI

## SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES, COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



Na área de infraestrutura administração municipal tem o objetivo de aprimorar os serviços de limpeza urbana, manutenção de vias públicas com obras de pavimentação e criação de espaços públicos para atividades de lazer e esporte, além da manutenção dos prédios públicos a redução dos alugueis.

Nas áreas de tecnologia e gestão, o foco é a implantação e o desenvolvimento de tecnologias que facilitem o acesso aos serviços públicos a população, estreitando laços e permitindo a construção cooperativa e participativa da sociedade nas atividades públicas, além da facilitação de processos, a melhoria dos processos para redução gradativa da burocracia e a permanente capacitação e melhorias nas condições de trabalho e salários dos servidores.

### 7. TAREFA DAS LICITANTES

Apresentar uma proposta de campanha publicitária original sobre o “**Aniversário da cidade de Araguari**” que completa 137 anos de emancipação no dia 28 de agosto de 2025, levando em consideração as características particulares do município e de sua população, a realização de evento público com shows, virada cultural e atividades cívicas.

A campanha deverá ser veiculada em um período de 30 dias, com verba estimada em R\$30.000,00.

A campanha também deverá conscientizar a população sobre a importância da valorização da cidade, o cuidado com os espaços públicos, praças e parques, e também o fortalecimento do sentimento de pertencimento de seu povo.

### 8. OBJETIVO

O objetivo da campanha é homenagear a cidade e a população. Além de uma homenagem, trazer um sentimento de orgulho, de pertencimento ao município por fazer parte de uma das cidades mais promissoras do país, despertando atitudes de amor e cuidado com a cidade e de solidariedade entre os cidadãos, evidenciando as ações de governo e os atrativos diversos que a cidade possui.

Com esse sentimento de pertencimento, espera-se que as pessoas passem a cuidar melhor da cidade, com ações como descarte correto de lixos, não ateando fogo em lotes vagos, evitar deixar água parada, respeitar as leis de trânsitos, entre outras ações de boa cidadania, além de propagarem a cidade como destino para as mais diversas realizações (trabalho, emprego, negócios, turismo familiar, de aventura e de eventos).

### 9. JUSTIFICATIVA

Pesquisas apontam que entre 52% e 64% da população de Araguari é migrante. Dessa forma, é importante despertar o sentimento de pertencimento nos cidadãos, afim de que desenvolvam ações que contribuam para a construção de uma cidade melhor para se viver e com mais qualidade de vida.

A falta de sentimento de pertencimento leva as pessoas a não se identificarem com o local onde vivem, deixando de cuidar, fiscalizar e cobrar por melhorias. Essa falta de identificação tem reflexos negativos também na economia da cidade, uma vez que aqueles que não se identificam e



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



não se sentem como parte da cidade, estão mais propícios a investirem seus rendimentos e consumirem em outros municípios.

Sendo assim, uma campanha que desperte o sentimento de pertencimento nas pessoas se justifica pela intenção de fazer com que os nativos e migrantes se sintam acolhidos e, como cidadãos, façam uma cidade melhor para todos.

**10. PÚBLICO ALVO**

O público alvo da campanha são todos os habitantes do município de Araguari.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ANEXO F - CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

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

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

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 2.2 bdeste Anexo;
- espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas, não sendo exigidos padrões de espaçamento para as margens superior e inferior;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, podendo utilizar recursos de negrito, itálico e/ou sublinhado, observados os subitens 2.1, 2.2 e 2.3 deste Anexo;
- numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- sem identificação da licitante.

2.1. As especificações do item 2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 3.3 e à indicação prevista no subitem 3.3.3.6 deste Anexo.

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

- poderão ser editados em cores;
- os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
  - apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 2.6, cada folha de



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



papel A3 será computada como 02 (duas) páginas

de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

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

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III – ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV – ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 2 deste Anexo.

2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no Edital.

2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de

sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 3.3 estão limitados, **no conjunto, a 10 (dez) páginas.**

2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto no item 8.7.4 do Edital.

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

2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 2.6 e devem seguir as especificações do item 2, no que couber.

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

3.1. **Subquesto 1 – Raciocínio Básico** – apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

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

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 3.3.3 deste Anexo.

3.3.1. A descrição mencionada na alínea ‘a’ do subitem 3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 3.3 estão **limitados a 10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) ‘monstro’ ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) ‘boneca’ ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passee-partout*, observado o disposto no subitem 2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

3.3.3.2. Na elaboração de ‘monstro’ ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

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

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

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

3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 3.3 deste Anexo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, **até o limite de 10 (dez)**, devem ser observadas as seguintes regras:



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

**3.4. Subquestito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia** – constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

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

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

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

IV. plano de novas formas de publicidade digital : composto por planilhas com a indicação de uso de formas inovadoras de comunicação publicitária, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI); e

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

3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

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



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Edital;

b) para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;

b.1) para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn, Youtube, etc.; está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;

c) outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;

d) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Edital.

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

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

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

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

5.1. O caderno específico mencionado no subitem 5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato,



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

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

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

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

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

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

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

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

8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir do ano de 2021.

8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no item 7 ou ser apresentadas soltas.

8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

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

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

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

10. A licitante deverá apresentar **02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, cada um com



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



o máximo de **04 (quatro) páginas**, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

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

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

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

10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 10. No documento de validação constará, além do ateste, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

10.2. Os Relatos de que trata o subitem 10 devem ter sido implementados a partir do ano de 2021.

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

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no item 9 ou ser apresentadas soltas;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

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

IV – não será permitida a inclusão de videocases.

10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 10 para descrição do Relato.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ANEXO G - PLANILHAS PARA JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**Planilha Individual de Avaliação**

**INVÓLUCRO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA**

**Campanha:** \_\_\_\_\_

**Nome do avaliador:** \_\_\_\_\_

**Visto:** \_\_\_\_\_

QUESITO	PONTUAÇÃO
<b>Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)</b>	
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: de 0 a 4 pontos para o subquesto.	
<b>TOTAL</b>	

QUESITO	PONTUAÇÃO
<b>Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)</b>	
a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta: de 0 a 6 pontos para o subquesto.	
<b>e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial: de 0 a 5 pontos para o subquesto.</b>	
<b>TOTAL</b>	

QUESITO	PONTUAÇÃO
<b>Ideia Criativa (Máximo 25 pontos)</b>	
a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: de 0 a 5 pontos para o subquesto.	
f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo: de 0 a 5 pontos para o subquesto.	
g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
<b>TOTAL</b>	

QUESITO	PONTUAÇÃO
<b>Estratégia de Mídia e Não-Mídia (Máximo 10 pontos)</b>	
a) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
b) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
c) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia: de 0 a 2 pontos para o subquesto.	
d) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência: de 0 a 2 pontos para o subquesto.	
<b>TOTAL</b>	



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



Planilha Geral de Avaliação

INVÓLUCRO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

Campanha: \_\_\_\_\_

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)</b>			
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: de 0 a 4 pontos para o subquesto.			
<b>TOTAL DO QUESITO</b>			
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)</b>			
a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta: de 0 a 6 pontos para o subquesto.			
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial: de 0 a 5 pontos para o subquesto.			
<b>TOTAL DO QUESITO</b>			
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
---------	--------------	--------------	--------------



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



<b>Idéia Criativa (Máximo 25 pontos)</b>			
a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: de 0 a 5 pontos para o subquesto.			
f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo: de 0 a 5 pontos para o subquesto.			
g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
<b>TOTAL DO QUESITO</b>			
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>			

<b>QUESITO</b>	<b>AVALIADOR 01</b>	<b>AVALIADOR 02</b>	<b>AVALIADOR 03</b>
<b>Estratégia de Mídia e Não Mídia (Máximo 10 pontos)</b>			
a) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
b) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
c) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia: de 0 a 2 pontos para o subquesto.			
d) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência: de 0 a 2 pontos para o subquesto.			
<b>TOTAL DO QUESITO</b>			
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>			



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



NOTA TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

**Observações:**

- A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010.
- Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.
- A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- A Nota Total corresponderá à soma das notas médias dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

INVÓLUCRO 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Identificação da AGÊNCIA: \_\_\_\_\_

Nome do avaliador: \_\_\_\_\_

Visto: \_\_\_\_\_

QUESITO	PONTUAÇÃO
<b>Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)</b>	
a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato: de 0 a 2 pontos para o subquesto.	
d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE: de 0 a 4 pontos para o subquesto.	
<b>TOTAL</b>	

QUESITO	PONTUAÇÃO
<b>Repertório (Máximo 10 pontos)</b>	
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação: de 0 a 4 pontos para o subquesto.	
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo: de 0 a 4 pontos para o subquesto.	
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças: de 0 a 2 pontos para o subquesto.	
<b>TOTAL</b>	

QUESITO	PONTUAÇÃO
<b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Máximo 10 pontos)</b>	
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente: de 0 a 3 pontos para o subquesto.	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos: de 0 a 2 pontos para o subquesto.	
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante: de 0 a 2 pontos para o subquesto.	
<b>TOTAL</b>	



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO  
INVÓLUCRO 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE  
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Identificação da AGÊNCIA: \_\_\_\_\_

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)</b>			
a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato: de 0 a 2 pontos para o subquesto.			
d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE: de 0 a 4 pontos para o subquesto.			
<b>TOTAL DO QUESITO</b>			
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Repertório (Máximo 10 pontos)</b>			
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação: de 0 a 4 pontos para o subquesto.			
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo: de 0 a 4 pontos para o subquesto.			
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças: de 0 a 2 pontos para o subquesto.			
<b>TOTAL DO QUESITO</b>			
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>			



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Máximo 10 pontos)</b>			
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente: de 0 a 3 pontos para o subquesto.			
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos: de 0 a 2 pontos para o subquesto.			
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante: de 0 a 2 pontos para o subquesto.			
<b>TOTAL DO QUESITO</b>			
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>			

**NOTA TOTAL DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

**Observações:**

- A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010.
- Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.
- A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- A Nota Total corresponderá à soma das notas médias dos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ANEXO H - MODELO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

À

**Comissão Especial de Licitação Concorrência Pública nº 001/2023**

**Data:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**Objeto:** Contratação de serviços de publicidade por meio de agência de publicidade e propaganda.

Prezada Comissão Especial de Licitação,

Após tomarmos conhecimento de todos os documentos do Edital de licitação em epígrafe, submetemos à apreciação da CONTRATANTE a nossa Proposta de Preços.

Certificamos que todos os documentos foram examinados e que assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta proposta.

Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessários à execução dos serviços e apresentamos, no quadro abaixo, nossa Proposta de Preços.

Item	(%)
<b>P1.</b> Percentual incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de <b>Custos Internos</b> do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da apresentação da Proposta de Preços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.	___% (extenso)
<b>P2.</b> Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de <b>pesquisas</b> e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.	___% (extenso)
<b>P3.</b> Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários cuja distribuição <b>não proporcione</b> à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.	___% (extenso)
<b>P4.</b> Percentual de honorários incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de <b>outras formas inovadoras de comunicação publicitária</b> , em consonância com novas tecnologias, não enquadradas como plataformas digitais (item 1 abaixo), visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução <b>não proporcione</b> às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.	___% (extenso)



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



<p><b>P5.</b> Percentual de honorários incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir <b>exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.</b></p>	<p>___% (extenso)</p>
--	---------------------------

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar o contrato no prazo estabelecido pela CONTRATANTE.

Declaramos:

1. Estar ciente de que o percentual de honorários incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em **plataformas digitais**, em consonância com novas tecnologias, **será de 15% (quinze por cento)**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.1 Estar ciente de que os honorários de remuneração de que trata o item 1 não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão **não** pago pelas plataformas digitais, mas visam nos remunerar devidamente pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

1.2 Estar ciente de que na gestão pela Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração prevista no item 1 deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto para essa distribuição.

1.3 Estar ciente de que as peças publicitárias previstas no item 1 podem envolver tanto as peças criadas pela agência como as peças desenvolvidas pelo Município de Araguari.

2. Estar ciente de que a CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **proporcione** a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

3. Estar ciente de que a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido, e a ser pago pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965, em conformidade com o item 3.11 das Normas-Padrão do CENP.

4. Estar ciente de que a agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços. Para comprovação das veiculações, será obrigação das agências firmarem contratos com empresas independentes de checagem que contemplem o acesso da Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM aos relatórios de checagem produzidos, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e demais dados que as ferramentas disponibilizarem.

5. Aceitar integralmente as regras desta concorrência, bem como a legislação a que ela está subordinada.

6. Não adotar relação trabalhista caracterizando trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo, para fins do disposto na legislação aplicável.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



7. Conhecer o volume de serviços a serem executados, bem como possuir equipe técnica qualificada que atenda à perfeita prestação dos serviços objeto desta contratação.
8. As condições apresentadas nesta proposta serão mantidas por um período de 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.
9. No preço ofertado consideramos todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, incluindo sobreaviso e horas-extras, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe, tributos e contribuições parafiscais, custos de administração, bem como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.
10. Estar ciente que não se admitirá proposta que apresente preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos.

Caso seja declarado vencedor, a pessoa indicada para assinatura do instrumento contratual será:

NOME COMPLETO: .....

CARGO/QUALIFICAÇÃO: .....

CPF OU IDENTIDADE: .....

---

Assinatura do representante legal da licitante (devidamente qualificado)

Razão Social –

CNPJ –

Endereço/CEP –

Telefone –



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**ANEXO I - PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

**1. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO - JULGAMENTO FINAL**

O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital e a seguir.

**2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

No julgamento das Propostas Técnicas serão adotados os seguintes procedimentos:

2.1. A Subcomissão Técnica receberá e analisará, separadamente, dois grupos de invólucro contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes: o Invólucro nº 1, relativo ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e o Invólucro nº 3, relativo à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.2. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a **100 (cem)** pontos. A nota de cada licitante, relativa a cada grupo de invólucros, será a soma das notas recebidas em cada subitem abaixo, considerando a seguinte pontuação máxima:

**INVÓLUCRO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA**

- a) Raciocínio Básico – 10 pontos
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 pontos
- c) Ideia Criativa – 25 pontos
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos

**TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS – 65 PONTOS**

**INVÓLUCRO 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

- a) Capacidade de Atendimento – 15 pontos
- b) Repertório – 10 pontos
- c) Relatos – 10 pontos

**TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS – 35 PONTOS**

2.3. As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Subcomissão de Técnica observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

**2.3.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária**

**2.3.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico**

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação: de 0 a 3 pontos para o subquesito.
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas: de 0 a 3 pontos para o subquesito.
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: de 0 a 4 pontos para o subquesito.



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



**2.3.1.2. Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta: de 0 a 6 pontos para o subquesto.
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial: de 0 a 5 pontos para o subquesto.**

**2.3.1.3. Subquesto 3 – Ideia Criativa**

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: de 0 a 5 pontos para o subquesto.
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo: de 0 a 5 pontos para o subquesto.
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento: de 0 a 3 pontos para o subquesto.

**2.3.1.4. Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- b) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- c) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia: de 0 a 2 pontos para o subquesto.
- d) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência: de 0 a 2 pontos para o subquesto.

**2.3.2. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento:**

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um: de 0 a 3 pontos para o subquesto.
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e



**MUNICÍPIO DE ARAGUARI**  
**SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,**  
**COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA**  
**DA INFORMAÇÃO**



qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE: de 0 a 3 pontos para o subquesto.

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato: de 0 a 2 pontos para o subquesto.

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante: de 0 a 3 pontos para o subquesto.

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE: de 0 a 4 pontos para o subquesto.

### **2.3.3. Quesito 3 – Repertório**

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação: de 0 a 4 pontos para o subquesto.

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo: de 0 a 4 pontos para o subquesto.

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças: de 0 a 2 pontos para o subquesto.

### **2.3.4. Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária: de 0 a 3 pontos para o subquesto.

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente: de 0 a 3 pontos para o subquesto.

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos: de 0 a 2 pontos para o subquesto.

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante: de 0 a 2 pontos para o subquesto.

2.4. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesto, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Anexo.

2.4.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 2.2 deste Anexo.

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

2.5.1. 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 subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.

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

2.5.3. Parcialmente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima): quando a proposta contempla aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos em Edital



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



para o aspecto a ser avaliado, mas com desvios do solicitado.

2.5.4. 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 o briefing e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, com irrelevantes desvios do solicitado.

2.5.5. 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 o briefing e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado ou, ainda, com apenas pequenos detalhes, irrelevantes desvios do solicitado.

2.6. Será determinada a pontuação obtida pelos licitantes em cada invólucro, por meio do somatório das médias aritméticas das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos, considerando-se 01 (uma) casa decimal, observado o seguinte:

2.6.1. A pontuação atribuída a um quesito sempre deverá ser reavaliada quando a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída por cada membro da Subcomissão Técnica for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito;

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

2.7. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (i) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e (ii) ao julgamento dos quesitos referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas e as planilhas com as pontuações.

2.8. Apuradas as pontuações de cada licitante classificado na etapa técnica, a nota técnica final corresponderá à soma de todas as notas obtidas no Plano de Comunicação Publicitária e na Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Invólucros 1 e 3).

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

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, **70 (setenta) pontos**.

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

### 3. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

3.1. A Proposta de Preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário.

3.2. A Comissão Especial de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos da Proposta de Preços descritos no item 9.1 do Edital, a serem valorados conforme abaixo:

$$P1 = \text{MPPT}/P1 \times 35$$

Sendo:

MPPT = Menor Percentual sobre Preço de Tabela, dentre aqueles propostos pelas licitantes



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



P1 = Percentual Proposto pela licitante para o subquesto 9.1.1 do Edital

35 = Relevância atribuída ao serviço descrito no subquesto 9.1.1 do Edital

$P2 = MPH/P2 \times 10$

Sendo:

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes

P2 = Percentual Proposto pela licitante para o subquesto 9.1.2 do Edital

10 = Relevância atribuída ao serviço descrito no subquesto 9.1.2 do Edital

$P3 = MPH/P3 \times 25$

Sendo:

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes

P3 = Percentual Proposto pela licitante para o subquesto 9.1.3 do Edital

25 = Relevância atribuída ao serviço descrito no subquesto 9.1.3 do Edital

$P4 = MPH/P5 \times 25$

Sendo:

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes

P4 = Percentual Proposto pela licitante para o subquesto 9.1.4 do Edital

25 = Relevância atribuída ao serviço descrito no subquesto 9.1.4 do Edital

$P5 = MPH/P6 \times 5$

Sendo:

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes

P5 = Percentual Proposto pela licitante para o subquesto 9.1.5 do Edital

5 = relevância atribuída ao serviço descrito no subquesto 9.1.5 do Edital

3.3. A importância e o grau de adequação dos serviços e seus relevantes aspectos de cunho técnico foram levados em consideração na fórmula de cálculo das pontuações parciais de preço. Em razão disso, conforme demonstração acima, restou atribuído o multiplicador 35 como subpeso ao serviço citado no subitem 9.1.1 e o multiplicador 25 como subpeso aos serviços citados nos subitens 9.1.3 e 9.1.4, uma vez que eles envolvem maior conotação de criatividade, originalidade, estratégia, planejamento e exequibilidade. A atribuição do multiplicador 10 e 5, para os serviços citados nos subitens 9.1.2 e 9.1.5, respectivamente, se deram por apresentarem um menor grau de envolvimento quanto à técnica publicitária, além de serem menos demandados em relação aos outros serviços.

3.4. A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes do item 3.2 acima, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4 + P5$ .

3.5. As Propostas de Preços das licitantes classificadas na fase da Proposta Técnica serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos obtidos.

3.6. Não se admitirá proposta que apresente preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, em aqueles que descumprirem as regras do Edital.

3.7. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão



MUNICÍPIO DE ARAGUARI  
SECRETARIA DE LOGÍSTICA, LICITAÇÕES,  
COMPRAS, CONTRATOS E TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO



Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

3.8. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão Especial de Licitação fará a classificação das Propostas de Preços, desclassificando aquelas que não atenderem o solicitado neste Edital.

3.9. Se todas as propostas forem desclassificadas, a comissão poderá fixar para as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em invólucros lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido neste Edital.

#### 4. CLASSIFICAÇÃO FINAL

4.1. A classificação das licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que as notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (setenta) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (trinta), sendo classificadas as licitantes, segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMP = \frac{7(NPT) + 3(NPP)}{100}$$

NMP = Nota Média Ponderada Final;

NPT = Nota da Proposta Técnica;

NPP = Nota da Proposta de Preços.

4.2. No cálculo da Nota Média Ponderada Final (NMP) será adotada a precisão de até 02 (duas) casas decimais após a vírgula.

4.3. Para efeito de desempate entre os licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

- a) Plano de Comunicação Publicitária
- b) Capacidade de Atendimento
- c) Repertório
- d) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação

4.4. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 16.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma da Lei, observando-se, entretanto, o disposto no § 1º do artigo 60º da Lei 14.133/2021, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

4.5. Será vencedora desta concorrência a licitante que mantiver as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

- a) tenha obtido a maior Nota Média Ponderada Final (NMP);
- b) e tenha sido habilitadas.