



TERMO DE REFERÊNCIA

1 – CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

Setor Requisitante: Secretaria Municipal de Governo e Reparação	
Responsáveis pela Demanda: Departamento de Assessoria e Comunicação	

1.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tem por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

1.2. Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

1.2.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do Contrato;

1.2.3. À criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologia;

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

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

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

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

1.4. Os serviços previstos acima não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de comunicação.

1.5. As características dos serviços de comunicação, objeto desta contratação, são diferenciados, razão pela qual **não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns**, tendo em vista que não são dotados de padrões de desempenho e qualidade



que possam ser objetivamente definidos no edital, por meio de especificações usuais no mercado.

1.6. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados da assinatura do instrumento contratual, prorrogável na forma dos artigos 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e art. 9º do Decreto Municipal nº 145/2023.

1.7. O instrumento contratual oferecerá maiores detalhamentos das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

2 – FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO.

A fundamentação da presente contratação encontra-se prevista no art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Nesses termos, será adotada a modalidade Concorrência, do tipo “técnica e preço” nos termos do art. 36 da Lei nº 14.133/2021.

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 Administração Pública desenvolver atividades orientadas a incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de interesse coletivo.

Assim, o serviço de publicidade visa promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade institucional, diferentemente do setor privado que pode se utilizar da publicidade para acumulação de capital, relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

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 e iniciativas do governo que asseguram a informação da população quanto à atuação do 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 do Governo Executivo Municipal.

E para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação



em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, a Prefeitura Municipal de Brumadinho necessita aliar as competências de sua equipe interna à expertise de agência de publicidade e propaganda contratada por meio de processo licitatório, a qual deve dispor dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos do Município, e aplicabilidade dos recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

A Lei Federal nº 12.232/2010 trata de forma bastante singular à licitação e aos contratos administrativos de publicidade governamental. As especificidades do setor, não abarcadas pela Lei de Licitações, foram, em sua grande maioria, contempladas no diploma legal e apresentou-se como importante marco de inovação, pois até hoje é o único instrumento normativo criado especificamente para tratar de procedimento licitatório e contratação de um serviço determinado: a publicidade. Não há lei específica para tratar de outros serviços ou produtos determinados, somente o serviço publicitário recebeu atenção especial do legislador no que se refere à contratação pela Administração Pública.

A finalidade da presente contratação é assessorar as áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Poder Público Executivo Municipal, disseminar informações de interesse público, coordenar a e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa à planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes.

A comunicação institucional da Prefeitura deverá estar em consonância com as Políticas de Governo, priorizando a publicidade de utilidade pública e institucional. O uso de orçamento específico alocado para essa finalidade será feito de maneira eficiente e racional, observando os princípios de economicidade e eficiência na aplicação dos recursos.

A contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Prefeitura Municipal é uma ação estratégica essencial para a comunicação eficiente das atividades e serviços prestados. Com uma visão integrada, e a garantia de uma comunicação transparente e eficiente que contribui para o fortalecimento da cidadania, o controle social e a promoção da transparência pública, resultando em ganhos significativos tanto para a administração pública quanto para os cidadãos.

3 – DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar



intuições e programas, disseminar iniciavas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

Por se tratar de serviço especializado, em que é necessária expertise em todos os processos concernente à concepção, execução e veiculação de uma campanha publicitária, e tendo em vista que sua contratação é disciplinada por lei, a escolha do procedimento licitatório apresenta-se como melhor alternava para o problema apresentado.

Dentre as opções previstas em lei para esse tipo de contratação, entende-se pertinente adotar a “técnica e preço”, considerando que esta corresponde aos anseios da Administração, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com as empresas tecnicamente classificadas.

Quanto a fundamentação do tipo escolhido, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

No âmbito de uma licitação do tipo “técnica e preço”, como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

Dessa forma, a Proposta Técnica contempla uma série de quesitos e subquesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, sendo eles:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1) Plano de Comunicação Publicitária	1) Plano de Comunicação Publicitária
	2) Estratégia de Comunicação Publicitária
	3) Ideia Criativa
	4) Estratégia de Mídia e Não Mídia
2) Capacidade de Atendimento	
3) Repertório	
4) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, bem como as condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública estabelecida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

Lado outro, de acordo com o inciso IX do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, 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, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, pelos órgãos e entidades do Poder Executivo, 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.

E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também 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.

Conforme demonstra a tabela acima disposta, a presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária, cabendo pontuações mais elevadas para os subquesitos Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano. Para os outros três quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento, que junto com os subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária, constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

Por fim, cabe salientar que as agências de propaganda também se tornam responsáveis por obter as melhores condições de negociação comerciais junto a fornecedores de bens e serviços, além dos veículos de divulgação, devendo transferir à contratante todas as vantagens obtidas. Dessa forma, a solução também é economicamente vantajosa para o órgão.

4 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Para atendimento adequado às necessidades da Prefeitura Municipal de Brumadinho, envolvidas na presente contratação, destacam-se os seguintes requisitos abaixo elencados:

Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados

De acordo com a Instrução Normativa SEGES/ME nº 98, de 26 de dezembro de 2022, os serviços prestados de forma continuada são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e continuada, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional. Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer a execução de um dos serviços mais importantes prestados pela Prefeitura de Brumadinho 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.

Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a Prefeitura de Brumadinho impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional.

Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional da Prefeitura junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, 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 de acordo com o Art. 107, da Lei nº 14.133/2021.

Subcontratação

Será permitida a subcontratação por intermédio das agências de propaganda contratadas para obter os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realizar a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.

Entretanto, as agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada.

Sustentabilidade

Os esforços de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Brumadinho buscam otimizar, fomentar e aprimorar o diálogo com a sociedade, como um compromisso na construção de políticas públicas de qualidade, com mais equidade, acessibilidade, inclusão e maior abrangência para a população.

No que se refere ao cumprimento da sustentabilidade, no desempenho de uma comunicação assertiva, a Prefeitura trabalha para atender as competências institucionais, que engloba todos os níveis de divulgação das políticas públicas especiais à população e de inclusão e ações afirmativas.

Com o cenário de estagnação apresentado pela última gestão, temos um desafio a cumprir para alcançar algumas metas e ações de governo que ficaram comprometidas, não somente no campo das políticas educacionais e sociais, mas na perspectiva do desenvolvimento econômico do município. A retomada do diálogo e participação social têm sido algumas das vertentes deste eixo específico do Plano de Comunicação Publicitária da Prefeitura, no desenvolvimento de campanhas de utilidade pública voltadas para a informação, mobilização e participação da sociedade.

Para tanto, é fundamental que a comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Brumadinho considere os princípios da equidade e da valorização da diversidade étnico-social, os direitos humanos, a gestão democrática, na garantia do padrão de qualidade, da acessibilidade, da igualdade de condições para o acesso à informação dos públicos-alvo.



Além disso, os esforços de comunicação perpassam à divulgação das políticas e ações de governo em prol da melhoria da qualidade de vida no município, que englobam a valorização do profissional, a infraestrutura física e o apoio a população, além de contribuir para o desenvolvimento social e econômico do município.

Do julgamento das propostas técnicas e da formação da Subcomissão

As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 (um terço um membro) dos membros da Subcomissão Técnica não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município.

A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública conforme publicação no Diário Oficial do Município DOM, cuja relação será composta por 03 (três) profissionais sorteados, dos quais 01 (hum) deles não possui nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município, conforme § 2º do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2016.

Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação da Subcomissão Técnica, mediante a apresentação à COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO, de justificativa para a exclusão. Diante da ausência de impugnações, procede-se com o sorteio, ficando a Subcomissão Técnica composta por 02 profissionais com vínculo funcional/contratual com o Município, e 01 profissional não governamental.

Das Sessões Públicas

Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos nesse instrumento e na legislação vigente, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO da Prefeitura Municipal de Brumadinho e pelos representantes das licitantes presentes, gravadas em áudio e vídeo, conforme §§ 2º e 5º do art. 17, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

O julgamento final das propostas técnicas e de preços e a análise dos documentos de habilitação das licitantes classificadas no julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Termo de Referência e Edital.

Da primeira sessão pública

A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar os representantes das licitantes por meio dos documentos exigidos em Edital;
- b) Receber os Envelopes Nº 01, Nº 02, Nº 03 e Nº 04;
- c) Conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições contidas no Termo de Referência e Edital;



d) Verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do Termo de Referência e Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

O ENVELOPE Nº 01, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Contratação da Prefeitura Municipal de Brumadinho se:

- a) Não estiver identificado;
- b) Não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02;
- c) Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionado, de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02.

Na ocorrência de apresentação do ENVELOPE Nº 01 – Via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação, ou se estiver danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionado de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02, a Comissão Especial de Contratação **NÃO** receberá o ENVELOPE Nº 02, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma Licitante, registrando em Ata.

A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) Rubricar, no fecho e sem abri-los, os ENVELOPES Nº 02 e Nº 04, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação, e separá-los dos ENVELOPES Nº 01 e Nº 03;
- b) Retirar e rubricar o conteúdo do envelope Nº 01;
- c) Abrir o ENVELOPE Nº 03 e rubricar seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das Licitantes, para exame, os documentos que constituem os ENVELOPES Nº 01 e Nº 03;
- e) As licitantes serão convocadas para a próxima sessão através de e-mail e publicação no sítio eletrônico e Diário Oficial da Prefeitura Municipal de Brumadinho;

A Comissão Especial de Contratação, antes de retirar e rubricar o conteúdo do ENVELOPE Nº 01, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os ENVELOPES Nº 01, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada – devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à comissão especial de Contratação da Prefeitura Municipal de Brumadinho.

Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos ENVELOPES Nº 01 e Nº 03, a Comissão Especial de Contratação, e/ou representantes das licitantes, constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocadamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a referida Comissão especial de Contratação



DESCCLASSIFICARÁ a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

A Comissão Especial de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca no ENVELOPE Nº 01, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Contratação, na primeira sessão os procedimentos de licitação terão continuidade, conforme a seguir descrito:

- a) Encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação, à Subcomissão Técnica, do ENVELOPE Nº 01, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados nesse Termo de Referência;
- c) Elaboração, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) Encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, do ENVELOPE Nº 03, com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação;
- e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da capacidade de atendimento do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Termo de Referência e no Edital;
- f) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Contratação, da ata de julgamento das propostas referentes à capacidade de atendimento ao repertório e aos relatos de soluções de problemas de comunicação de planilha com as pontuações e de justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso.

Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por 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 ENVELOPE Nº 02, A Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas no Termo de Referência e Edital e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelopes fechados e rubricados no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

O disposto no item anterior não se aplica aos casos que o descumprimento de regras previstas no Termo de Referência e Edital resulte na INEQUÍVOCA identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02, ainda durante a primeira sessão pública.

Da segunda sessão pública

1- A segunda sessão terá a seguinte pauta:



a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante na sessão anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no edital; caso seja o(a) mesmo(a) representante já credenciado na primeira sessão não tem a necessidade de apresentar novamente a documentação.

2- Ato contínuo abertura dos Invólucros nº 2;

a) A Comissão de Contratação e o representante eleito pelos licitantes deverão rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 2, e posteriormente efetuaro cotejo das vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria (exemplo do cotejo, comparar o conteúdo da primeira página do caderno 1, com a primeira página do caderno 2, jáserá identificado a agência autora da proposta).

b) Verificação da pontuação total obtida pelos licitantes, considerados os dois invólucros (nº 1 e nº 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista no edital e proclamação do resultado da Proposta Técnica.

c) Executar o sorteio previsto no edital, quando for o caso.

d) Elaboração de planilha geral com as pontuações, obtendo-se aclassificação dessa etapa.

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

4 Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, com a indicação das licitantes classificadas e desclassificadas em ordem crescente de pontuação, abrindo-se o prazo para a interposição de recurso.

5 Havendo a presença de todas os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, sendo que a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

Da terceira sessão pública

1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – invólucro nº 4 das licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anteriores, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no edital;

b) Abertura dos invólucros nº 4, análise e rubrica de seus conteúdos pela Comissão de Contratação e Licitantes;

c) Julgamento das Propostas de Preço, nos termos das exigências fixadas no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, adotando- se o procedimento e regras previstas para o julgamento da Proposta de Preço e pontuação



final, de acordo com o resultado obtido na média ponderada através das valorizações nas propostas técnicas e de preço;

d) Informar que o resultado do julgamento final da Proposta de Preço e das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso;

e) Havendo a presença de todas os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

Da quarta sessão pública

1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – invólucro nº 5 dos licitantes classificados. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no credenciamento;

b) Recebimento e abertura dos invólucros nº 5, dos licitantes classificados e decidir sobre a habilitação, conforme exigências fixadas;

c) Caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão, sendo o julgamento publicado posteriormente;

d) Informar o resultado da habilitação;

e) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de no prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

f) Havendo a presença de todos os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, sendo que a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

5- ESTIMATIVA DA DEMANDA - QUANTIDADE DE BENS E SERVIÇOS

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

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em



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

Os serviços de publicidade, são realizados por demanda conforme informações expressas contidas no briefing, composto dos seguintes quesitos: (1) raciocínio básico, (2) estratégia de comunicação publicitária; (3) ideia criativa; e (4) estratégia de mídia e não mídia.

Portanto, não há estimativa de quantidade de itens/serviços a serem contratados. Os serviços de publicidade compreendem ao conjunto de atividades realizadas integradamente, conforme descrito no item 2 - Descrição da Necessidade, do presente ETP e no item 1 – Condições Gerais da Contratação, do Termo de Referência, que serão executadas pela empresa contratada sob demanda do órgão contratante, limitada ao valor estimado de R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais).

6– MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Execução dos serviços

6.1. A execução do Contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual de acordo com art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

6.2. Assim, deverá ser observado as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à Prefeitura Municipal de Cabedelo, com exceção à compra de mídia:

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c) A impossibilidade de obter as 03 (três) cotações deverão ser previamente justificada à Secretaria Municipal de Governo, por escrito, para decisão sobre a contratação.
- d) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:
 - d.1) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
 - d.2) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

6.3. A Secretaria Municipal de Governo procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

- a) Se e quando julgar conveniente, a Secretaria Municipal de Governo poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

6.4. Deverá ser encaminhado em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela Secretaria Municipal de Governo e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e



cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

6.5. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela Secretaria Municipal de Governo.

6.6. Será obrigatório a entrega das cópias dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela Prefeitura Municipal de Brumadinho.

6.7. Deverá ser entregue a Secretaria Municipal de Governo, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

Direitos Autorais

6.8. A Contratada deve ceder à Prefeitura Municipal de Brumadinho os direitos autorais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado, nos termos a seguir:

- a) Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.
- b) O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato.
- c) Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Secretaria Municipal de Governo em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.
- d) Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.
- e) A Contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

6.9. A contratada deverá submeter-se tecnicamente às diretrizes dos responsáveis técnicos e administrativos dos serviços onde estiverem atuando, bem como da equipe de gestão da CONTRATANTE.

7- MODELO DE GESTÃO DO INSTRUMENTO CONTRATUAL

7.1. O instrumento contratual 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.



7.2. 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.

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

7.4. O órgão poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

7.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão 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 da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

7.6. A execução do instrumento contratual deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo fiscal (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

7.7. O fiscal acompanhará a execução do contrato ou instrumento equivalente, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

7.7.1. O fiscal anotará no histórico de gerenciamento do contrato ou instrumento equivalente todas as ocorrências relacionadas à sua execução, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º, e Decreto Municipal nº 145/2023).

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

7.7.3. O fiscal informará ao gestor do contrato ou instrumento equivalente, 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.

7.7.4. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato ou instrumento equivalente nas datas aprezadas, o fiscal comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato/instrumento equivalente.

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

7.8. O fiscal 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.

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



7.9. O gestor coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato/instrumento equivalente contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato/instrumento equivalente, 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/instrumento equivalente para fins de atendimento da finalidade da administração.

7.9.1. O gestor acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

7.9.2. O gestor acompanhará os registros realizados pelo fiscal, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato/instrumento equivalente e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

7.9.3. O gestor emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelo fiscal, 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.

7.9.4. O gestor 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.

7.10. 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.

8- CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

Recebimento do Objeto

8.1- Os serviços serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato de sua prestação, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência e seus anexos e na proposta.

8.2-A Agência contratada deverá emitir sua própria nota fiscal consolidada em nome da Prefeitura Municipal de Brumadinho. Nessa hipótese, devem ser discriminados seus honorários e comissões, além dos serviços de terceiros, para ser liquidada e paga pelo contratante diretamente à agência de publicidade.

8.3-Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, devendo ser realizado as correções de imediato ou, em casos específicos, conforme cronograma elaborado pela Administração, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

8.4-O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento do relatório de execução, acompanhado pela Nota Fiscal ou instrumento



equivalente, pela Administração, após a verificação da qualidade e quantidade dos serviços prestados e consequente aceitação mediante termo detalhado.

8.5-O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por 30 (trinta) dias, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

8.6-No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto ao local, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertinente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

8.7-O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

8.8-O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança da obra nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

Liquidação

8.9-Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de 05 (cinco) dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período.

8.10-Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado, expressa os elementos necessários e essenciais do documento.

8.11- Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, 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;

8.12- A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line aos sítios eletrônicos oficiais ou envio da documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021.

8.13-Constata-se 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.

8.14-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.



8.15-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.

8.16- 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 município.

Prazo de pagamento

8.17-O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior.

8.18-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

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

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

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

8.22- 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.

8.23- 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.

9- FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

9.1. Nos termos da Lei nº 14.133/2021, 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 “TÉCNICA E PREÇO”.

Justificativa para adoção da forma presencial

Quanto à realização do certame, nos termos do art.11 da Lei nº 12.232/2010 e art.17, §2º da Lei nº 14.133/2021, para a apresentação das Propostas Técnica e de Preço, bem como dos documentos de habilitação, optou-se pela forma (sessão pública) presencial pois é considerada a melhor forma para os técnicos que formam a subcomissão avaliarem, uma vez que permite a análise visual e de qualidade já que se pode ver e manusear o material impresso.

Considerando que os serviços de publicidade envolvem uma complexidade significativa, como a criação de campanhas publicitárias abrangentes, estratégias de marketing



multifacetadas e o desenvolvimento de conteúdo altamente criativo, é necessário a avaliação inclusive dos materiais impressos.

Os materiais a serem avaliados devem estar impressos, ou seja, são itens físicos, que os técnicos precisam ver formatos, cor, layout, sentir a textura do papel, virar as páginas, perceber as cores e qualidade. Todo o processo será gravado em áudio e vídeo para comprovar a lisura do processo.

Na licitação em formato eletrônico (virtual), corre-se o risco de haver metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes, fato que prejudica e objetivamente atinge a lisura dos procedimentos.

Da Seleção

9.1. 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 por TÉCNICA E PREÇO, em conformidade com o disposto na Lei Federal na 12.232/2010 e na Lei Federal nº 14.133/2021.

9.2. Nesta contratação, será adotada a modalidade Concorrência, conforme estabelece a legislação vigente. Quanto ao tipo de licitação, o art. 6º, inciso XXXVIII, alínea "c" da Lei Federal nº 14.133/2021 determina que o critério "técnica e preço" deve ser utilizado exclusivamente para serviços especiais, como é o caso desta contratação. Ademais, o art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, torna obrigatória a adoção dos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

9.3. A utilização da modalidade concorrência, na forma presencial, se justifica pela inexistência, até o momento, de sistema eletrônico capaz de garantir a ausência de metadados nos arquivos relacionados ao Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada, os quais poderiam revelar a identidade dos licitantes de maneira indevida.

9.4. Optar pelo critério "técnica e preço" é pertinente e atende às necessidades da Prefeitura, permitindo a seleção da empresa com a melhor qualificação técnica entre as concorrentes, ao mesmo tempo em que possibilita a negociação e obtenção do menor preço para a execução contratual, dentro das propostas tecnicamente habilitadas.

9.5. Portanto, a presente contratação se enquadra adequadamente na utilização do critério "técnica e preço", visto que envolve um valor contratual significativo e requer uma atuação publicitária abrangente e de natureza predominantemente intelectual. Considerando o público-alvo das campanhas, as regiões a serem atingidas e os diversos meios de comunicação a serem utilizados, esse critério é o mais adequado para garantir o sucesso das ações previstas, considerando que as notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (sete) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (três).

9.6. 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 vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. A vantagem maior reside na qualidade técnica e intelectual do serviço ofertado.



9.7. 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.

9.8. Constará no Edital a fórmula do julgamento final das propostas.

Exigências de habilitação

9.9. Na fase de habilitação, a Comissão de Contratação Especial examinará a pertinência, segundo as exigências a seguir descritas, quanto à documentação contida no invólucro nº 05, o qual será devidamente especificado no Edital.

9.10. O não atendimento de qualquer das condições aqui previstas e/ou das diligências destinadas à esclarecer ou complementar a instrução do processo, provocará a inabilitação do licitante.

9.11. A documentação de habilitação poderá ser apresentada em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou servidor da Administração competente, ou publicação em órgão de imprensa oficial, ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação Especial.

9.12. O invólucro nº 05 deverá conter os documentos relativos à regularidade jurídica, regularidade fiscal e trabalhista, à qualificação econômico-financeira e à qualificação técnica. bem como declarações.

Da Habilitação jurídica

9.13- Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

9.14- 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;

9.15- 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.]

9.16- Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores

9.17- 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

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

Habilitação fiscal, social e trabalhista

9.19- Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso

9.20- Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

9.21- 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;

9.22- Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;

9.23- Prova de regularidade com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da Lei;

9.24- Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei;

9.25- 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;

9.26- Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estaduais ou Municipais 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;

Qualificação Econômico-Financeira

9.27- Certidão negativa de falência, recuperação judicial/extrajudicial, ou execução patrimonial, expedida pelo distribuidor da sede do licitante dentro dos últimos 90 (noventa) dias antecedentes à data de abertura desta licitação ou segundo as disposições contidas no documento acerca do prazo de validade dele, abrangendo inclusive o sistema PJE.

9.28- Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, (janeiro a dezembro) que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;



9.29- Os documentos exigidos no item anterior serão limitados ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

9.30- As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e ficarão autorizadas a substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura, desde que o mesmo esteja registrado na junta comercial.

9.31- A comprovação da situação financeira da empresa será constatada mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas:

I - Liquidez Geral (LG) = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante);

II - Solvência Geral (SG) = (Ativo Total) / (Passivo Circulante + Passivo não Circulante); e

III - Liquidez Corrente (LC) = (Ativo Circulante) / (Passivo Circulante).

9.32- 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 capital mínimo OU patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da contratação.

9.32.1-A boa situação econômico-financeira de uma empresa pode ser comprovada por meio da aplicação de coeficientes e índices previstos no edital sobre os dados apresentados nas demonstrações contábeis. Normalmente, são exigidos os índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), com resultados superiores a um" disponível em <https://licitacoescontratos.tcu.gov.br/5-5-4-habilitacao-economico-financeira/>

9.33- As empresas deverão apresentar os índices já calculados, com assinatura do contador e do representante legal da empresa, que serão analisados com base no balanço apresentado.

Qualificação Técnica

9.34- Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º da Lei nº 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

9.35- Certidão(ões) ou atestado(s) de Capacidade Técnica que comprove a criação e a veiculação de campanha publicitária de complexidade compatível com os serviços objeto desta licitação.

9.36- O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços, entre outros documentos.



9.37- 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, visando averiguar sua capacidade de atendimento.

9.38- Considerando art. 2º da Lei Federal 12.232/10, as agências devem ter capacidade de desempenhar integralmente o conjunto de atividades 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.

Declarações que deverão ser apresentadas no envelope nº 05.

9.39- Declaração expressa de ausência de fatos impeditivos à participação no certame. (Anexo IV)

9.40- Declaração expressa de que o licitante não emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição da República, assinada pelo representante legal do licitante. (Anexo V)

9.41- Declaração de pleno conhecimento do objeto da presente contratação e das exigências contidas neste edital e seus anexos. (Anexo VI)

9.42- Que não se enquadra em nenhuma das hipóteses restritivas estabelecidas neste Edital, bem como na Lei Federal nº 14.133/21. (Anexo VII)

9.43- Declaração de que não se acha declarada inidônea para licitar e contratar com o Poder Público ou esteja suspensa do direito de contratar ou licitar com a Administração Pública. (Anexo VIII)

9.44- Declaração expressa de que o licitante se adequa à legislação de privacidade e proteção de dados vigente (Lei Federal nº 13.709/18 - Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD e alterações), conforme previsto no art. 30, inc. IV da Lei 8.666 de 21 de junho de 1993. (Anexo IX)

9.45- Declaração conforme art. 37 da da Lei Orgânica Municipal de Brumadinho

“Art. 37. O Prefeito, o vice-prefeito, os vereadores, os ocupantes de cargos em comissão ou função de confiança, as pessoas ligadas a qualquer deles por matrimônio ou parentesco afim ou consanguíneo, até o 2º grau, ou por adoção e os servidores empregados públicos, não poderão contratar com o Município, subsistindo a proibição até seis meses após as respectivas funções.”

10-ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

10.2 A contratação será atendida pela seguinte dotação:



02019.001.04.131.0002.2120.3.390.39

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-DAS OBRIGAÇÕES ENTRE AS PARTES

11.1 – DO CONTRATADO:

11.1.1- Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

11.1.2- Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE

11.1.3- Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas

11.1.4- Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação

11.1.5- O disposto no subitem anterior não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010

11.1.6- O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esteja venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado

11.1.7- A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados

11.1.8- O desrespeito ao disposto no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato

11.1.9- Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes do Edital no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE

11.1.10- Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços à CONTRATANTE:

a) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;



- b) Exigir do 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;
 - c) A cotação deverá ser apresentada em original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
 - d) Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com os serviços a ser fornecido.
 - e) A CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de até 15 (quinze) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato
- 11.1.11- Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato
 - 11.1.12- O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido
 - 11.1.13- No caso do subitem anterior, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros 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.
 - 11.1.14- Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.
 - 11.1.15- Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços, acerca das condições para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexo.
 - 11.1.16- As disposições do subitem 11.1.11 não se aplicam a compra de mídia
 - 11.1.17- Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE
 - 11.1.18- É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:
 - a) Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
 - b) Dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.



- 11.1.19- Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
- 11.1.20- A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.
- 11.1.21- Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.
- 11.1.22- Apresentar à CONTRATANTE estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.
- 11.1.23- O estudo de que trata o subitem acima deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.
- 11.1.24- Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.
- 11.1.25- Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:
- TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
 - Internet: cópias em arquivos digitais;
 - Rádio: cópias em arquivos digitais;
 - Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.
- 11.1.26- Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem anterior.
- 11.1.27- Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.
- 11.1.28- O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 11.1.26.
- 11.1.29- Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.



11.1.30- Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

11.1.31- Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

11.1.32- Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

11.1.33- Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

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

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

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

11.1.37- Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

11.1.38- Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

11.1.39- Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

11.1.40- Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

11.1.41- Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.



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

11.1.43- Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

11.1.44- 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.

11.1.45- Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

11.1.46- Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

11.1.47- Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

11.1.48- Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

11.1.49- Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

11.1.50- Será permitida a subcontratação dos serviços, com exceção daqueles que devem ser prestados necessariamente pela agência de propaganda.

11.2. DO MUNICÍPIO:

11.2.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

11.2.2. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

11.2.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.



11.2.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.

11.2.5. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

11.2.6. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

11.2.7. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

11.2.8. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

Brumadinho-MG, junho de 2025.

Guilherme Morais
Secretário de Governo



ANEXO II - BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. Objetivo

A presente Concorrência Pública destina-se à contratação de agência de publicidade/propaganda para criação e produção de peças publicitárias, comunicação visual, comunicação eletrônica, planejamento de comunicação institucional, pesquisas, desenvolvimento de campanhas publicitárias, divulgação de eventos e campanhas nas mídias de rádio, televisão e imprensa, produção de materiais gráficos e outros elementos de divulgação a serem realizados durante o ano de 2025, em conformidade com as especificações e normas oferecidas pela Assessoria de Comunicação.

2. Objeto

2.1. O objeto desta licitação é a contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, compra de mídia e distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

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

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

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



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

3. Da Campanha Publicitária

3.1. A Prefeitura Municipal de Brumadinho, para efeito de avaliação das agências de publicidade interessadas, desenvolverá uma campanha hipotética e inédita para o recolhimento do **"IPTU 2025"**, tendo como referência o município de Brumadinho, com uma verba hipotética de **R\$ 450.000,00** (quatrocentos e cinquenta mil reais), para um período de 60 dias.

3.2. Objetivo Principal:

Promover o pagamento do IPTU como um ato de cidadania que impulsiona o desenvolvimento de Brumadinho, destacando os benefícios diretos proporcionados à população, como investimentos em saúde, educação, infraestrutura e qualidade de vida. A campanha busca conscientizar os cidadãos sobre a importância do pagamento do imposto e incentivar a adesão por meio de mensagens claras, transparentes e inspiradoras. O pagamento à vista do imposto resulta em desconto de 7% para o cidadão que escolher essa alternativa ou o contribuinte poderá optar por pagamento dividido em 10 parcelas sem juros.

3.3. Público-Alvo:

1. População em Geral:

- Proprietários de imóveis residenciais, comerciais e rurais de Brumadinho.
- Famílias de baixa renda que podem se beneficiar de programas de isenção ou descontos.

2. Pequenos e Médios Empresários:

- Proprietários de imóveis comerciais que desejam investir em um ambiente urbano próspero.

3. Formadores de Opinião:

- Líderes comunitários, influenciadores locais e organizações civis que podem amplificar a mensagem da campanha.

3.4. Diferenciais e Benefícios do IPTU

1. Transparência:

- Recursos do IPTU são investidos em obras e serviços essenciais para o município, com prestação de contas clara e acessível.

2. Impacto Direto:

- Melhoria de escolas, unidades de saúde, pavimentação de ruas e revitalização de espaços públicos.

3. Facilidades de Pagamento:



- Descontos para pagamentos à vista, além de parcelamento sem juros para facilitar a adesão.

4. Inclusão Social:

- Programas de isenção para pessoas em vulnerabilidade social e descontos para imóveis sustentáveis (ex.: telhados verdes, energia solar).

5. Engajamento:

- Campanha reforça o papel do cidadão como protagonista no desenvolvimento de Brumadinho.

3.5. Verba Disponível

Orçamento de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais), com distribuição estratégica entre as mídias on-line e off-line.

3.6. Peças para avaliação

- 1 outdoor;
- 1 roteiro para spot de 30 segundos;
- 1 vídeo de 60 segundos (redes sociais);
- 1 anúncio em portal;
- 1 peça (carrossel) para divulgação em redes sociais;
- 1 anúncio em uma página de jornal;
- 1 backbus;

3.7. Período

Campanha ativa de 20 de maio a 20 de julho de 2025 (abrangendo a alta demanda para o pagamento do imposto).

3.8. Praça

Município de Brumadinho, com foco em distritos e bairros com menor índice de arrecadação do IPTU nos últimos anos.

3.9. Objetivos Principais da Campanha

1. Conscientização:

- Informar a população sobre os benefícios do IPTU para o município.

2. Engajamento:

- Aumentar a participação da população no pagamento do imposto.

3. Transparência:

- Gerar feedback positivo ao evidenciar os resultados concretos da aplicação dos recursos.

4. Crescimento na Arrecadação:

- Elevar o índice de pagamento do IPTU em 10% em relação ao ano anterior.

3.10. Canais e Estratégias

1. Mídia Digital:

- Criação de conteúdos informativos e interativos para redes sociais.



- Uso de QR Codes em peças digitais e físicas para redirecionar ao site de pagamento e consulta.
- Campanhas de remarketing para alcançar contribuintes que ainda não realizaram o pagamento.

2. Mídia Tradicional:

- Spots de rádio destacando histórias de melhorias financiadas pelo IPTU.
- Materiais impressos.
- Outdoors em pontos estratégicos, evidenciando as conquistas proporcionadas pelo imposto.

4. Considerações Finais

A agência contratada deverá apresentar propostas criativas e eficazes que atendam aos objetivos estabelecidos, considerando o contexto local e as especificidades da população de Brumadinho. É fundamental que a comunicação seja clara, objetiva e capaz de engajar a comunidade no combate às arboviroses, contribuindo para a melhoria da saúde pública no município.