



# EDITAL DE LICITAÇÃO

## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

<b>PROCESSO</b>	Processo Administrativo 09/2026 Concorrência Eletrônica 01/2026
<b>OBJETO</b>	Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo atividades integradas de planejamento, criação, produção, execução, intermediação e veiculação de campanhas institucionais, em diversos meios de comunicação, com caráter informativo, educativo e de orientação social, abrangendo as ações necessárias ao desenvolvimento das atividades publicitárias da Câmara Municipal de Ubá.
<b>PRAZO DE VIGÊNCIA</b>	12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, admitida a prorrogação, em conformidade com os artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.
<b>VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO</b>	R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).
<b>SESSÃO PÚBLICA PARA ABERTURA DA PROPOSTA TÉCNICA</b>	29 de junho de 2026 às 09h00 Plataforma AMM Licita - <a href="https://ammlicita.org.br/">https://ammlicita.org.br/</a>
<b>PROPOSTAS</b>	Até 29 de junho de 2026 às 08h50
<b>CRITÉRIO DE JULGAMENTO</b>	Técnica e Preço
<b>MODO DE DISPUTA</b>	Fechado
<b>EXCLUSIVIDADE ME/EPP/EQUIPARADAS</b>	Licitação não atende ao valor de exclusividade para participação de Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Equiparadas, conforme Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### 1. OBJETO

1.1. A Câmara Municipal de Ubá, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, nomeada pela Portaria nº 26 de 16 de abril de 2026, torna público aos interessados que realizará concorrência eletrônica, do tipo técnica e preço, para contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo atividades integradas de planejamento, criação, produção, execução, intermediação e veiculação de campanhas institucionais, em diversos meios de comunicação, com caráter informativo, educativo e de orientação social, abrangendo as ações necessárias ao desenvolvimento das atividades publicitárias do Órgão.

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

1.2.1.1.1. Prestação de serviços de consultoria e planejamento na área de publicidade, propaganda, divulgação, comunicação social, marketing, design, programação visual;

1.2.1.1.2. Criação, produção, veiculação e distribuição de: Programas de rádio e TV; Campanhas publicitárias institucionais e legais em diferentes mídias (rádio, TV, jornais, revistas, internet e redes sociais como YouTube, Facebook, Instagram, entre outras); Materiais impressos como jornais, outdoors, minidoors, revistas, panfletos, folders e similares;

1.2.1.1.3. Realização de estudos e pesquisas para identificar veículos de divulgação mais adequados às campanhas educativas e serviços do Legislativo, com base em fatores como área de abrangência, audiência e custo;

1.2.1.1.4. Assessoria na promoção e divulgação de interesse institucional do Poder Legislativo;

1.2.1.1.5. Formulação e execução do Plano de Comunicação, mediante anuência da Diretoria de Comunicação e Diretoria Geral;

1.2.1.1.6. Intermediação na veiculação de peças publicitárias em meios de comunicação tradicionais e alternativos (backbus, painéis de LED interativos, entre outros);

1.2.1.1.7. Criação de identidade visual e slogans.

1.3. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

### 2. ANEXOS

2.1. Acompanham este Edital os seguintes anexos:

ANEXO I - Termo de Referência

ANEXO II - Briefing

ANEXO III - Proposta de Preços

ANEXO IV - Declarações e Termos

ANEXO V - Estudo Técnico Preliminar

ANEXO VI - Minuta de Contrato

### 3. UTILIZAÇÃO DE PLATAFORMA ELETRÔNICA E ADEQUAÇÃO PROCEDIMENTAL

3.1. O presente certame será integralmente conduzido em formato eletrônico, em consonância com as diretrizes de modernização, transparência, rastreabilidade e eficiência estabelecidas pela Lei nº 14.133/2021. Considerando as especificidades inerentes às contratações de serviços de publicidade e propaganda, disciplinadas pela Lei nº 12.232/2010, o procedimento licitatório ora estruturado promove a compatibilização entre os ritos próprios dessa legislação especial e a operacionalização em ambiente eletrônico, representando uma adaptação sistêmica orientada pelos princípios da legalidade, da eficiência administrativa e da governança pública.

3.2. Nesse contexto, ressalta-se que determinadas dinâmicas operacionais da plataforma poderão não refletir integralmente a complexidade procedimental prevista na legislação específica, razão pela qual prevalecerão, em todos os casos, as regras, critérios de julgamento, metodologias de pontuação e fluxos decisórios estabelecidos neste edital e em seus anexos.

3.3. Diante desse cenário, recomenda-se especial atenção por parte dos licitantes à integralidade das disposições constantes no instrumento convocatório, no Termo de Referência e nos demais documentos que compõem o processo, especialmente no que se refere aos critérios de julgamento técnico e de preços, às regras de anonimato das propostas e aos procedimentos de habilitação.



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

3.4. Eventuais dúvidas, pedidos de esclarecimentos ou impugnações deverão ser formalmente apresentados nos prazos e condições previstos neste edital, sendo assegurado o adequado tratamento pela Comissão Especial de Licitação, com observância aos princípios do contraditório, da transparência e da publicidade.

3.5. Durante todo o percurso do certame, a Comissão Especial de Licitação promoverá o registro formal e sistemático de todos os atos praticados, garantindo a rastreabilidade, a integridade das informações e o controle dos procedimentos, em estrita conformidade com a legislação vigente e quando necessário, mediante lavratura em atas externas e disponibilização na plataforma eletrônica oficial.

#### **4. IMPUGNAÇÕES AO EDITAL E PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO**

4.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidades, ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.

4.2. As impugnações ao Edital e os pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados exclusivamente por meio eletrônico, mediante utilização da plataforma AMM Licita (<https://ammlicita.org.br>), em campo próprio destinado a essa finalidade. Serão desconsideradas, para todos os efeitos, as manifestações encaminhadas por meios diversos, tais como correio eletrônico, via postal ou entrega física na sede da Câmara.

4.3. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado na mesma plataforma eletrônica de origem da solicitação, no prazo de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

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

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

4.5. Caso a impugnação seja acolhida, total ou parcialmente, o edital será alterado, republicado e terá sua sessão pública reagendada, assegurando-se o respeito ao prazo mínimo legal entre a nova publicação e a realização do certame, nos termos do art. 55 da Lei nº 14.133/2021.

4.6. O licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento ou impugnação, termos que possam propiciar a futura identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica, quando participante da licitação e quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

4.7. As respostas às impugnações e pedidos de esclarecimentos serão parte integrante do edital, vinculando todos os licitantes e complementando o entendimento oficial da Administração.

#### **5. PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO**

5.1. Poderão participar deste certame as agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010, que satisfaçam as exigências estabelecidas no edital e seus anexos e que estiverem credenciados na Plataforma de Licitações da Associação Mineira de Municípios (AMM LICITA - <https://ammlicita.org.br>), onde ocorrerá a sessão pública.

5.2. A Plataforma AMM LICITA é operada por entidade privada e poderá possuir custos associados à participação do fornecedor, conforme os planos e condições comerciais por ela estabelecidos, os quais são de inteira responsabilidade do licitante, não se confundindo com quaisquer taxas ou encargos da Administração Pública. Recomenda-se que o licitante, previamente à participação no certame, entre em contato diretamente com a plataforma, a fim de obter informações detalhadas sobre os planos disponíveis e identificar aquele mais adequado ao seu perfil de participação, inclusive quanto à possibilidade de cadastramento ou adesão específica para participação em apenas uma licitação. A Administração Pública não se responsabiliza por eventuais custos, tarifas, planos ou condições comerciais praticadas pela plataforma, tampouco por negociações realizadas entre o licitante e a entidade gestora do sistema.

5.3. O licitante responsabiliza-se exclusiva e formalmente pelas transações efetuadas em seu nome, assume como firmes e verdadeiras suas propostas e seus lances, inclusive os atos praticados diretamente ou por seu representante, excluída a responsabilidade do provedor do sistema ou do órgão ou entidade promotora da licitação por eventuais danos decorrentes de uso indevido das credenciais de acesso, ainda que por terceiros. Também é de responsabilidade manter atualizados e corretos seus dados cadastrais nos sistemas utilizados, devendo proceder à imediata correção de eventuais inconsistências ou desatualizações, sob pena de desclassificação na fase de habilitação.

5.4. O licitante deverá examinar, de forma criteriosa, todas as disposições constantes deste Edital e de seus anexos, sendo que a apresentação da proposta implica a aceitação plena de seus termos e condições, independentemente de transcrição e caracteriza a ciência integral do objeto licitado, de suas especificações, condições de execução e demais elementos necessários à formulação da proposta, não sendo admitidas, em qualquer hipótese, alegações posteriores de desconhecimento ou insuficiência de informações.



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

5.5. Não poderão disputar esta licitação:

- 5.5.1.1.1. aqueles que não atendam às condições estabelecidas neste edital e de seus anexos;
- 5.5.1.1.2. aqueles que estejam impedidos legalmente de participar de licitações ou contratar com a Administração Pública;
- 5.5.1.1.3. aqueles que se enquadrem nas vedações previstas no art. 14 da Lei nº 14.133/2021;
- 5.5.1.1.4. pessoa física e pessoas jurídicas reunidas em consórcio;
- 5.5.1.1.5. sociedades cooperativas;
- 5.5.1.1.6. empresas estrangeiras que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;
- 5.5.1.1.7. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP;
- 5.5.1.1.8. que estejam sob falência, concurso de credores, concordata ou em processo de dissolução ou liquidação;
- 5.5.1.1.9. agência de propaganda cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica, nos termos do art. 10, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.6. Nenhum licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

## **6. APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS**

6.1. A submissão das propostas deverá ocorrer exclusivamente por meio da plataforma eletrônica AMM LICITA. Todos os documentos, arquivos e demais elementos que compõem as propostas deverão ser encaminhados em formato digital, preferencialmente no formato PDF, atendendo integralmente às especificações técnicas estabelecidas pela Administração, sendo expressamente vedada qualquer forma de apresentação física ou envio por meios diversos do sistema eletrônico oficial.

6.2. Adicionalmente, caso o sistema eletrônico utilizado no certame permita, será admitido o envio de arquivos compactados em formato .zip, desde que os arquivos estejam organizados de forma estruturada e devidamente nomeados de acordo com o tipo de arquivo, não haja qualquer restrição de acesso, senha, criptografia ou mecanismo que impeça a visualização imediata dos documentos e que a compactação não prejudique a análise, integridade e rastreabilidade das informações.

6.3. Em atendimento ao disposto na Lei nº 12.232/2010, os licitantes deverão estruturar e apresentar, de forma segregada, dois conjuntos de propostas autônomas, sendo uma proposta técnica e uma proposta comercial em momentos distintos no sistema eletrônico, considerando a necessidade de execução do julgamento técnico sem a identificação dos licitantes.

6.4. A proposta técnica deverá ser inserida no ato do cadastramento da proposta inicial, em campo próprio do sistema, enquanto por sua vez, a proposta comercial (de preços) será apresentada apenas após a conclusão do julgamento das propostas técnicas, em fase própria do certame, momento em que a identificação dos licitantes não comprometerá a isonomia nem a imparcialidade do julgamento.

6.5. Considerando limitações operacionais da plataforma eletrônica utilizada no certame, especialmente no que se refere à obrigatoriedade de preenchimento de campo de valor no momento do cadastramento da proposta inicial, fica estabelecido que todos os licitantes deverão, exclusivamente para fins sistêmicos, inserir o valor global de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais). O valor indicado possui natureza meramente formal e operacional, não constituindo proposta comercial válida, não sendo objeto de julgamento, classificação ou vinculação do licitante, tampouco produzindo quaisquer efeitos jurídicos no âmbito da disputa.

6.6. A proposta comercial válida será apresentada em momento posterior, em fase própria do certame, após a conclusão do julgamento das propostas técnicas, nos termos do rito procedimental estabelecido neste edital, no Termo de Referência e em conformidade com a Lei nº 12.232/2010. A adoção do valor padronizado tem por finalidade exclusiva viabilizar o regular processamento do certame no ambiente eletrônico, assegurar a isonomia entre os licitantes e evitar distorções decorrentes de parametrizações automáticas do sistema, não interferindo, sob qualquer aspecto, na apuração da proposta mais vantajosa.

6.7. As particularidades e os ritos procedimentais do envio das propostas deverão seguir as orientações constantes no tópico específico do Termo de Referência.

6.8. No cadastramento da proposta inicial, o licitante declarará, em campo próprio do sistema, que:

- 6.8.1.1.1. está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integridade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;

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

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

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

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

6.10. A prestação de informações falsas ou inexatas nas declarações de que tratam os itens anteriores sujeitará o licitante às sanções previstas na Lei nº 14.133/2021 e neste edital, sem prejuízo das demais cominações legais.

6.11. Até a abertura da sessão pública, os licitantes poderão retirar ou substituir a proposta anteriormente apresentada no sistema eletrônico. Não haverá ordem de classificação na etapa de apresentação da proposta e dos documentos de habilitação pelo licitante, o que ocorrerá somente após os procedimentos de abertura da sessão pública e da fase de envio de lances.

6.12. Caberá ao licitante acompanhar as operações no sistema eletrônico durante o processo licitatório e se responsabilizar pelo ônus decorrente da perda de negócios diante da inobservância de mensagens emitidas pela Administração ou de sua desconexão. O licitante deverá comunicar imediatamente ao provedor do sistema qualquer acontecimento que possa comprometer o sigilo ou a segurança, para imediato bloqueio de acesso.

## 7. SESSÕES PÚBLICAS E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

7.1. O presente certame será conduzido por meio de sessões públicas sucessivas, realizadas majoritariamente no ambiente eletrônico da plataforma AMM Licita, observando-se a sequência procedimental própria das contratações de serviços de publicidade e propaganda Lei 12.232/2010, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e legislação correlata.

7.2. Serão realizadas, inicialmente, 4 (quatro) sessões públicas distintas, previamente agendadas pela Comissão Especial de Licitação, cujas datas, horários e eventuais alterações serão formalmente divulgados na plataforma oficial do certame. A critério da Comissão Especial de Licitação, poderão ser realizadas sessões públicas adicionais, intermediárias ou complementares, sempre que necessárias ao adequado desenvolvimento dos trabalhos, à garantia da legalidade do procedimento ou à elucidação de dúvidas operacionais, sem que disso decorra qualquer vício ou nulidade.

### Primeira Sessão Pública – Sorteio da Subcomissão Técnica

7.3. A primeira sessão pública constituirá fase preliminar indispensável à regular instrução do certame e será realizada em formato não eletrônico, em razão da natureza do ato a ser praticado. Não obstante, será integralmente gravada e posteriormente disponibilizada na plataforma eletrônica oficial, assegurando-se os princípios da transparência, publicidade, rastreabilidade e controle dos atos administrativos.

7.4. Nesta sessão será realizado o sorteio dos membros que comporão a Subcomissão Técnica, responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas, em estrita observância aos requisitos legais de composição.

7.5. A relação nominal dos profissionais previamente habilitados a integrar a Subcomissão Técnica será divulgada com antecedência legal, em conjunto com a data, horário e local da sessão pública destinada ao sorteio. O procedimento será conduzido pela Comissão Especial de Licitação, com a adoção de mecanismos que assegurem a aleatoriedade, a impessoalidade na escolha dos membros e a integridade do processo, sendo facultado o acompanhamento por quaisquer interessados ou por qualquer cidadão, como medida de reforço à governança e legitimidade do certame. A presença de licitantes ou de quaisquer interessados na sessão pública de sorteio não constitui condição para participação no certame.

7.6. A realização desta sessão pública configura etapa condicionante para a continuidade do procedimento licitatório, devendo ocorrer necessariamente antes da abertura e julgamento das propostas técnicas relativas ao Plano de Comunicação Publicitária. A formalização da Subcomissão Técnica, mediante sorteio público, constitui requisito de validade dos atos subsequentes de avaliação técnica, nos termos da legislação aplicável, assegurando a segregação de funções e a tecnicidade das decisões.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

7.7. A sessão pública de sorteio poderá, a critério da Comissão Especial de Licitação, ser transmitida ao vivo por meio do canal oficial da Câmara Municipal de Ubá na plataforma YouTube, sem prejuízo de sua gravação integral e posterior disponibilização. Fica facultado à Comissão Especial de Licitação definir a forma de realização do sorteio, admitida a utilização de meios eletrônicos ou digitais.

7.8. Independentemente da forma adotada, o procedimento será formalizado em ata circunstanciada e acompanhado de registro audiovisual, de modo a garantir a rastreabilidade e o controle dos atos praticados.

### **Segunda Sessão Pública – Abertura e Encaminhamento das Propostas Técnicas**

7.9. A segunda sessão pública será destinada à abertura dos arquivos eletrônicos referentes às propostas técnicas, constituindo etapa central para a aferição da capacidade intelectual e estratégica das licitantes. A sessão será conduzida em ambiente eletrônico, com registro dos atos praticados, em conformidade com os princípios da publicidade, transparência, rastreabilidade e segurança da informação, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

7.10. Inicialmente, a Comissão Especial de Licitação procederá à abertura dos arquivos eletrônicos correspondentes ao Plano de Comunicação Publicitária, promovendo análise preliminar de admissibilidade, em estrita observância ao rito procedimental estabelecido na Lei nº 12.232/2010, especialmente quanto à exigência de julgamento técnico com preservação do anonimato, contemplando:

7.10.1.1.1. verificação da integridade, legibilidade e acessibilidade dos arquivos apresentados;

7.10.1.1.2. conformidade formal com as exigências editalícias, notadamente quanto à estrutura, conteúdo mínimo e forma de apresentação;

7.10.1.1.3. preservação absoluta do anonimato das propostas, vedada qualquer forma de identificação, direta ou indireta, da autoria, sob pena de desclassificação, por afronta aos princípios da isonomia, da impessoalidade e do julgamento objetivo.

7.11. Constatada a regularidade formal e a ausência de elementos que comprometam o sigilo da autoria, os documentos serão encaminhados à Subcomissão Técnica, a quem competirá a análise qualitativa e a atribuição de pontuação, nos termos dos critérios objetivos previamente definidos no termo de referência.

7.11.1.1.1. O julgamento das propostas técnicas será realizado, de forma reservada, pela Subcomissão Técnica, em observância à natureza técnica, individual e independente das avaliações, nos termos do modelo procedimental estabelecido na Lei nº 12.232/2010.

7.11.1.1.2. As atividades de análise, valoração e pontuação não serão objeto de gravação ou transmissão, por constituírem atos internos de formação de convencimento técnico dos membros da Subcomissão, sendo assegurada, contudo, a posterior formalização dos resultados, com a devida motivação, consolidação das notas e registro em ata, garantindo-se a transparência dos resultados sem prejuízo à independência do julgamento.

7.12. A Subcomissão Técnica observará, para a conclusão de seus trabalhos, os seguintes prazos máximos, contados a partir do recebimento formal dos documentos:

7.12.1.1.1. até 2 (dois) dias útil para análise, julgamento e pontuação do Plano de Comunicação Publicitária;

7.12.1.1.2. até 2 (dois) dias útil para análise das informações sobre as licitantes, após a superação da fase de anonimato, conforme rito sequencial previsto na Lei nº 12.232/2010.

7.13. Os prazos estabelecidos poderão ser prorrogados, em caráter excepcional e mediante justificativa técnica devidamente formalizada, desde que demonstrada a necessidade para adequada instrução do julgamento e preservados os princípios da razoabilidade, da celeridade processual, da competitividade e da isonomia, conforme diretrizes da Lei nº 14.133/2021.

7.14. Os prazos também poderão ser antecipados, total ou parcialmente, caso a Subcomissão Técnica conclua as análises de forma célere, hipótese em que as etapas poderão ocorrer no mesmo dia, desde que respeitada a ordem sequencial dos procedimentos, com o devido registro formal em ata e a garantia de transparência e rastreabilidade dos atos praticados.

7.15. Será desclassificada a proposta que:

7.15.1.1.1. não atender às exigências do Edital ou de seus anexos;

7.15.1.1.2. não alcançar, no total, a nota mínima de 49 (quarenta e nove) pontos, equivalente a 70% da pontuação técnica;



7.16. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do primeiro arquivo eletrônico. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

7.17. Ainda no âmbito da mesma sessão, será realizada a abertura do arquivo eletrônico contendo as informações institucionais das licitantes, cuja análise preliminar caberá à Comissão Especial de Licitação, limitada à verificação de sua completude e conformidade formal. O encaminhamento desse conjunto documental à Subcomissão Técnica ficará condicionado à conclusão integral da avaliação do Plano de Comunicação Publicitária, como mecanismo de mitigação de risco de quebra de anonimato e de preservação da integridade do julgamento técnico.

7.17.1.1.1. Concluída a fase de verificação de admissibilidade e constatada a conformidade formal das propostas técnicas, a sessão pública será formalmente suspensa, mediante comunicação expressa da Comissão Especial de Licitação, devidamente registrada em ata e divulgada na plataforma eletrônica oficial.

### **Terceira Sessão Pública – Divulgação do Julgamento Técnico e Abertura das Propostas de Preços**

7.18. A terceira sessão pública será destinada à divulgação das notas atribuídas às propostas técnicas, com a consequente consolidação da classificação técnica preliminar das licitantes, em observância ao julgamento realizado pela Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

7.18.1.1.1. Após a conclusão do julgamento técnico e a devida tramitação interna dos resultados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação providenciará a divulgação da data e horário da terceira sessão pública, com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas, garantindo-se ampla publicidade e possibilidade de acompanhamento pelos interessados para a inserção das notas no sistema eletrônico referente à proposta técnica.

7.18.1.1.2. Considerando que a plataforma eletrônica utilizada ainda apresenta limitações técnicas operacionais para as especificidades procedimentais da Lei nº 12.232/2010, especialmente quanto à sistemática de julgamento de preços das contratações de serviços de publicidade, poderá ocorrer a indicação automática de classificação baseada exclusivamente em critérios parametrizados no sistema.

7.18.1.1.3. Nesses casos, a classificação eventualmente indicada de forma automática pela plataforma não vincula a decisão administrativa, prevalecendo integralmente o resultado apurado conforme os critérios de julgamento estabelecidos no instrumento convocatório e no Termo de Referência, que contemplam a valoração técnica e a pontuação da proposta comercial, nos moldes legalmente previstos.

7.18.1.1.4. A utilização da plataforma eletrônica, ainda que não integralmente aderente às particularidades do rito da Lei nº 12.232/2010, será adotada como instrumento de reforço à transparência, publicidade, isonomia e controle dos atos praticados, não afastando a responsabilidade da Comissão Especial de Licitação pela condução, validação e consolidação final dos resultados do certame.

7.18.1.1.5. Caso haja divergência entre o resultado automaticamente indicado pelo sistema e aquele apurado conforme os critérios editalícios, caberá à Comissão Especial de Licitação proceder à devida correção e registro manual da classificação final na plataforma, com a correspondente motivação e registro em ata, assegurando a aderência ao rito legal e a legitimidade do resultado.

7.19. Na mesma sessão, serão solicitadas e abertas as propostas de preços das licitantes classificadas tecnicamente, observado o rito procedimental sequencial previsto na Lei nº 12.232/2010. Após a abertura das propostas comerciais, a Comissão Especial de Licitação suspenderá a sessão para realização de análise detalhada, abrangendo a verificação de exequibilidade, consistência dos valores apresentados e compatibilidade com os parâmetros de mercado e com o Termo de Referência. Eventuais diligências poderão ser realizadas nesta fase, nos termos da Lei nº 14.133/2021, vedada a inclusão posterior de documentos ou informações que deveriam constar originalmente da proposta, sob pena de violação aos princípios da isonomia e do julgamento objetivo.

### **Quarta Sessão Pública – Julgamento Final, Habilitação e Resultado**

7.20. A quarta sessão pública será destinada à divulgação do resultado do julgamento das propostas de preços, com a consequente consolidação da classificação final das licitantes e a indicação do licitante provisoriamente vencedor, em conformidade com os critérios estabelecidos no instrumento convocatório, no Termo de Referência e no rito procedimental previsto na Lei nº 12.232/2010.

7.21. Na mesma sessão, uma vez consolidada a classificação final, será realizada a análise da documentação de habilitação do licitante classificado em primeiro lugar, com a devida verificação quanto ao atendimento das exigências editalícios, nos termos da Lei nº 14.133/2021. A análise da documentação de habilitação compreenderá a verificação da regularidade jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e técnica, conforme requisitos previamente definidos, podendo ser



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

realizada de forma imediata na própria sessão ou, a critério da Comissão Especial de Licitação, mediante suspensão para análise mais aprofundada, quando a complexidade ou volume documental assim exigir.

7.22. Verificada eventual inabilitação ou desclassificação do licitante inicialmente classificado em primeiro lugar, serão convocadas as licitantes remanescentes, obedecida rigorosamente a ordem de classificação final, repetindo-se o procedimento de análise de habilitação até a identificação de licitante devidamente habilitado, assegurando-se a observância dos princípios da isonomia, do julgamento objetivo e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

7.23. O resultado final poderá ser proclamado na própria sessão, desde que não haja pendências de análise, diligências ou recursos administrativos a serem processados. Alternativamente, a sessão poderá ser suspensa para complementação da análise, hipótese em que será designada nova data para divulgação do resultado definitivo, com a devida abertura de prazo recursal, nos termos da legislação aplicável.

7.24. Todos os atos praticados nesta fase serão devidamente registrados em ata e disponibilizados na plataforma eletrônica oficial, assegurando-se a transparência, publicidade, rastreabilidade e controle dos procedimentos, em conformidade com as diretrizes da Lei nº 14.133/2021.

### Informações Gerais sobre as Sessões

7.25. A estruturação das sessões públicas prevista neste edital constitui diretriz procedimental mínima para a condução do certame, estabelecida com o objetivo de assegurar a organização, a previsibilidade e a transparência dos atos administrativos. Caberá à Comissão Especial de Licitação, no exercício de suas atribuições legais, promover o adequado gerenciamento do fluxo procedimental, incluindo a análise, condução, registro e acompanhamento das sessões públicas, podendo, de forma motivada, ajustar a dinâmica operacional inicialmente prevista, sempre que necessário à adequada instrução do processo licitatório.

7.26. Para fins de eficiência administrativa e regularidade do certame, poderá a Comissão Especial de Licitação:

7.26.1.1.1. promover a abertura de sessões públicas adicionais, sempre que a complexidade, volume de documentos ou necessidade de análise técnica assim o exigirem;

7.26.1.1.2. reprogramar, unificar ou desmembrar sessões previamente estabelecidas, desde que haja comunicação prévia, ampla publicidade e registro formal dos atos;

7.26.1.1.3. adotar medidas operacionais complementares que assegurem a continuidade, a integridade e a rastreabilidade do procedimento.

7.27. A designação de novas sessões públicas, bem como a reprogramação de datas, horários ou etapas procedimentais, deverá ser previamente comunicada aos interessados com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas, por meio da plataforma eletrônica oficial e demais canais de divulgação previstos no edital, assegurando-se a adequada publicidade, previsibilidade e possibilidade de acompanhamento pelos licitantes.

7.28. As adequações procedimentais eventualmente promovidas não poderão, em nenhuma hipótese, implicar violação aos princípios da isonomia, da competitividade, do julgamento objetivo, da transparência ou da seleção da proposta mais vantajosa, vedada qualquer prática que resulte em favorecimento indevido, direcionamento ou restrição injustificada à participação dos licitantes, em conformidade com as diretrizes da Lei nº 14.133/2021.

7.29. A Administração se reserva o direito de suspender ou adiar a sessão pública eletrônica caso ocorram falhas técnicas no próprio sistema oficial da licitação, devidamente atestadas e comunicadas pelo administrador da plataforma.

7.30. Todas as alterações no rito das sessões serão devidamente motivadas, registradas em ata e divulgadas na plataforma eletrônica oficial, assegurando-se plena ciência aos interessados e a manutenção da segurança jurídica do procedimento.

### Julgamento das Propostas

7.31. O julgamento das propostas observará rigorosamente o rito procedimental estabelecido neste instrumento convocatório, bem como as disposições complementares constantes no Termo de Referência, assegurando-se a plena aderência aos princípios do julgamento objetivo, da vinculação ao instrumento convocatório e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 12.232/2010.

7.32. As propostas serão analisadas e classificadas com base nos critérios de julgamento previamente definidos, vedada a utilização de critérios subjetivos, não previstos ou que comprometam a isonomia entre os licitantes. Conforme exposto em Termo de Referência, a valoração das propostas ocorrerá na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica, e 30% (trinta por cento) de valoração da proposta de preço. Em caso de empate técnico ou necessidade de esclarecimentos, serão utilizados os meios previstos na legislação e no Termo de Referência para dirimir dúvidas, analisar



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

documentos adicionais, solicitar complementações e garantir clareza nos critérios de avaliação, sempre respeitando o anonimato das propostas técnicas.

7.33. A fase de julgamento técnico e de preços antecederá a fase de habilitação, em observância ao rito procedimental específico aplicável às contratações de serviços de publicidade e propaganda, sendo inicialmente apurada a classificação das propostas para, posteriormente, proceder-se à verificação da documentação de habilitação exclusivamente do licitante melhor classificado.

7.34. A análise da habilitação compreenderá a verificação do atendimento integral às exigências relativas à regularidade jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e técnica, conforme requisitos estabelecidos no edital e na legislação vigente, constituindo condição indispensável para a adjudicação do objeto. Na hipótese de inabilitação do licitante classificado em primeiro lugar, serão convocados os licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação, para submissão à mesma verificação de habilitação, até a identificação de proposta válida e habilitada, assegurando-se a continuidade do certame com eficiência, economicidade e segurança jurídica.

### 8. FASE DE HABILITAÇÃO

8.1. Encerrada todas as etapas de julgamento das propostas, o fornecedor classificado em primeiro lugar será convocado, por meio do sistema eletrônico, a encaminhar toda a documentação de habilitação exigida no Termo de Referência caso não tenha sido previamente anexada no ato do credenciamento na licitação.

8.2. A Comissão de Contratação examinará os documentos de habilitação da licitante mais bem classificada na fase de julgamento de propostas e condições de participação e julgará habilitada a licitante que atender integralmente os requisitos de habilitação exigidos neste instrumento convocatório.

8.3. O prazo para envio da documentação de habilitação será de até 30 (trinta) minutos, contado da solicitação da Comissão Especial de Licitação, sob pena de inabilitação.

8.4. Recomenda-se que os licitantes mantenham previamente organizados e de fácil acesso, todos os documentos exigidos para habilitação, ainda que optem por não os anexar antecipadamente na plataforma, de modo a viabilizar seu envio célere quando convocados, evitando-se a inabilitação por decurso de prazo.

8.5. Para a análise da habilitação da licitante, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e a Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica mantido pelo Tribunal de Contas da União (TCU).

8.6. Havendo a necessidade de envio de documentação complementar, destinada à confirmação, esclarecimento ou complementação dos documentos de habilitação já apresentados, o fornecedor será novamente convocado e deverá encaminhar os documentos complementares solicitados no prazo máximo de 02 (duas) horas, contado da respectiva solicitação, por meio do sistema eletrônico, também sob pena de inabilitação. O prazo estabelecido poderá ser prorrogado por até igual período mediante deliberação da Comissão Especial de Licitação.

8.7. A verificação pela Comissão Especial de Licitação, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

8.8. É de responsabilidade do licitante conferir a exatidão dos seus dados cadastrais no sistema e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

8.9. Na hipótese de inabilitação ou desclassificação do licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar, será convocado o licitante subsequente, obedecida a ordem de classificação, para apresentação da documentação de habilitação, nas mesmas condições e prazos estabelecidos neste item.

8.10. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, conforme o art. 64 da Lei 14.133/21:

8.10.1.1.1. Complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame;

8.10.1.1.2. Atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

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

8.12. Para a habilitação das microempresas e empresas de pequeno porte, caso haja alguma restrição quanto à regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a regularização da documentação, conforme



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. A prorrogação do referido prazo poderá ser concedida, por igual período, a critério da Administração, quando requerida pelo licitante antes de findado o prazo inicial e mediante apresentação de justificativa.

8.13. O prazo acima indicado terá como termo inicial a data da divulgação do resultado da fase de habilitação, sendo de exclusiva responsabilidade da licitante o respectivo acompanhamento. A não regularização da documentação, no prazo previsto implicará decadência do direito à contratação, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes.

## **9. RECURSOS**

9.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021, sendo processada em fase única, ao final do certame.

9.2. Com vistas à garantia da isonomia, da transparência e da observância do rito previsto na Lei nº 12.232/2010, será assegurada às licitantes a oportunidade de manifestação de intenção de recorrer em três momentos procedimentais distintos:

9.2.1.1.1. após a divulgação do resultado do julgamento das propostas técnicas;

9.2.1.1.2. após a divulgação do resultado do julgamento das propostas de preços;

9.2.1.1.3. após a divulgação do resultado da habilitação.

9.3. A manifestação de intenção de recorrer deverá ser imediata, motivada e registrada no momento oportuno de cada fase, sendo que a ausência de manifestação de intenção de recorrer no momento procedimental adequado implicará a preclusão do direito de interposição de recurso quanto à fase correspondente.

9.4. O prazo para a manifestação da intenção de recorrer não será inferior a 10 (dez) minutos.

9.5. As manifestações de intenção de recorrer relativas às fases técnica e de preços serão realizadas por meio do chat da plataforma, garantindo o devido registro em ata pela Comissão Especial de Licitação, assegurada a publicidade e rastreabilidade dos atos.

9.6. As razões recursais somente poderão ser apresentadas ao final do certame, em fase única, no prazo de até 3 (três) dias úteis, contado da intimação do resultado final, ficando restritas às matérias para as quais tenha havido prévia e tempestiva manifestação de intenção de recorrer.

9.7. Os recursos deverão ser encaminhados em campo próprio do sistema.

9.8. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

9.9. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

9.10. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

9.11. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.

## **10. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

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

10.1.1. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão Especial de Licitação durante o certame;

10.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta em especial quando:

10.1.2.1. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

10.1.2.2. pedir para ser desclassificado quando encerrada;

10.1.2.3. deixar de apresentar amostra, quando solicitada;

10.1.2.4. apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

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

10.1.3.1. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

10.1.4. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação

10.1.5. fraudar a licitação

10.1.6. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

10.1.6.1. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

10.1.6.2. induzir deliberadamente a erro no julgamento;

10.1.6.3. apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

10.1.7. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação

10.1.8. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

10.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

10.2.1. advertência;

10.2.2. multa;

10.2.3. impedimento de licitar e contratar e;

10.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

10.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

10.3.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

10.3.2. as peculiaridades do caso concreto.

10.3.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes.

10.3.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública.

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

10.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da comunicação oficial.

10.5. Para as infrações previstas nos itens 10.1.1 e 10.1.2, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

10.6. Para as infrações previstas nos itens 10.1.3 a 10.1.7, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

10.7. 9.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

10.8. 9.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

10.9. 9.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 10.1.1 e 10.1.2, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

10.10. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 10.1.3 a 10.1.7, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 10.1.1 e 10.1.2 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

10.11. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

10.12. A apuração de responsabilidades relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

10.13. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

10.14. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

10.15. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

10.16. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei Federal 14.133/2021, que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e a autoridade competente definidos na referida Lei.

## **11. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO**

11.1. O objeto da licitação será adjudicado ao licitante declarado vencedor, por ato da Autoridade Competente, caso não haja interposição de recurso, ou após a regular decisão dos recursos apresentados.

11.2. Após a fase recursal, constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente homologará o procedimento licitatório.

11.3. Após a homologação, o adjudicatário será convocado para assinar o contrato no prazo definido neste Edital.

## **12. CONTRATO**

12.1. Após a adjudicação e homologação, caso se conclua pela contratação, será firmado contrato administrativo. O adjudicatário terá o prazo de 3 dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o contrato, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.

12.2. O instrumento contratual será encaminhado ao adjudicatário por meio de correio eletrônico oficial indicado em sua proposta ou cadastro, para fins de assinatura digital. A assinatura do contrato deverá ser realizada por meio de certificado digital no padrão ICP-Brasil ou por meio da plataforma gov.br, garantindo a autenticidade, integridade e validade jurídica do documento, nos termos da legislação aplicável.

12.3. O adjudicatário deverá proceder à assinatura e devolução do instrumento contratual no mesmo endereço eletrônico de origem, no prazo estabelecido, acompanhado, quando couber, dos documentos comprobatórios de representação legal atualizados.

12.4. O envio do instrumento contratual ao endereço eletrônico informado será considerado, para todos os fins, como meio válido de convocação, iniciando-se a contagem do prazo a partir da confirmação de recebimento ou, na ausência desta, no primeiro dia útil subsequente ao envio. A não devolução do contrato devidamente assinado no prazo estipulado será considerada como recusa injustificada à contratação, sujeitando o adjudicatário às penalidades previstas neste Edital e na legislação vigente.

12.5. A Administração poderá, a seu critério, disponibilizar o instrumento contratual por meio de sistema eletrônico próprio ou plataforma de assinatura digital, mantidos os requisitos de autenticidade, integridade e validade jurídica.

12.6. O prazo para assinatura do instrumento contratual poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, desde que haja solicitação expressa do adjudicatário, devidamente justificada, apresentada antes do término do prazo originalmente concedido, e formalmente acolhida pela Administração. A decisão quanto à prorrogação será motivada e registrada nos autos do processo administrativo, não constituindo direito subjetivo do adjudicatário.



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

12.7. A ausência de solicitação tempestiva ou a não aceitação da justificativa apresentada implicará a manutenção do prazo original.

12.8. Até a formalização da contratação, o licitante classificado em primeiro lugar poderá ser desclassificado ou inabilitado, caso a Administração venha a tomar conhecimento de fato superveniente ou previamente existente, porém não identificado à época do julgamento, que comprometa a regularidade de sua classificação técnica ou de sua habilitação, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

12.9. Na hipótese de o adjudicatário da licitação recusar-se a assinar o contrato ou não aceitar o instrumento equivalente, outro licitante poderá ser convocado, respeitada a ordem de classificação final da licitação.

12.10. No caso da convocação de licitante remanescente, será verificada a conformidade da proposta, o atendimento dos requisitos de habilitação e os eventuais documentos complementares e, após realizada a negociação, a contratação será celebrada nas condições propostas pelo adjudicatário da licitação.

12.11. Caso nenhum dos licitantes aceite a contratação nas condições propostas pelo licitante vencedor, observados o orçamento estimado, o valor máximo aceitável e a sua eventual atualização nos termos do edital de licitação, a administração poderá:

12.11.1. convocar os licitantes remanescentes à negociação, na ordem de classificação das propostas técnicas, para a obtenção de preço melhor, mesmo que acima do preço do vencedor; e

12.11.2. adjudicar e celebrar o contrato nas condições ofertadas pelos licitantes remanescentes, na ordem de classificação das propostas técnicas, quando for frustrada a negociação de melhor condição.

12.12. Se, durante a execução contratual, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final da licitação, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

### **13. FISCALIZAÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL, ENTREGA DO OBJETO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

13.1. As regras relativas à fiscalização e gestão contratual, entrega do objeto e as condições de pagamento da presente contratação encontram-se devidamente analisadas e fundamentadas em tópicos específicos do Termo de Referência elaborado no âmbito do Processo Administrativo nº 09/2026, o qual integra os autos e o qual este Edital se vincula. Com essa decisão pretende-se evitar a duplicidade desnecessária de informações, sem prejuízo da clareza, da transparência e da adequada compreensão do objeto contratado.

### **14. DISPOSIÇÕES GERAIS**

14.1. A Câmara Municipal poderá a qualquer momento revogar a presente Licitação, por razões de interesse público, decorrentes de fato supervenientes devidamente comprovados, pertinentes e suficientes a justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

14.2. Antes da data marcada para o recebimento dos documentos eletrônicos com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das mesmas.

14.3. É facultada à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente nas propostas técnica, de preços ou nos documentos de habilitação.

14.4. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas propostas técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição da Administração para a execução do contrato.

14.5. É vedada a utilização, pela Administração, de qualquer elemento, critério ou informação de caráter sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, comprometer a isonomia entre os licitantes, nos termos dos princípios que regem as contratações públicas previstos na Lei nº 14.133/2021.

14.6. Até a divulgação oficial do resultado do certame ou das fases de julgamento, é expressamente proibido o fornecimento, a qualquer interessado, de informações análise, avaliação ou comparação das propostas apresentadas, ressalvadas aquelas disponibilizadas nos meios oficiais e nos estritos limites da publicidade dos atos administrativos.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

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

14.8. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

14.9. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília - DF.

14.10. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

14.11. O Edital e seus anexos, estarão disponíveis, na íntegra, no site oficial da Câmara Municipal de Ubá (<https://www.uba.mg.leg.br/>), no Portal Nacional de Contratações Públicas (<https://www.gov.br/pncp/pt-br>) e na Plataforma de Licitações da Associação Mineira de Municípios (<https://ammlicita.org.br>).

14.12. Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão Especial de Licitação, assistido pela Assessoria Jurídica, observando-se a legislação vigente, os princípios da Administração Pública e a garantia do tratamento isonômico entre as licitantes.

### 15. DISPOSIÇÕES GERAIS – SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1. 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 da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

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

15.3. A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

15.4. A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital.

15.5. Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente na Câmara Municipal de Ubá contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação.

Ubá, 06 de maio de 2026

*José Maria Fernandes*  
Presidente da Câmara Municipal de Ubá

JOSE MARIA  
FERNANDES:00625135830

Assinado de forma digital por  
JOSE MARIA  
FERNANDES:00625135830  
Dados: 2026.05.06 09:20:48 -03'00'



**ANEXO I**  
**TERMO DE REFERÊNCIA**



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### TERMO DE REFERÊNCIA PROCESSO ADMINISTRATIVO 09/2026

#### 1. INTRODUÇÃO E DEFINIÇÃO DO OBJETO

1.1. O presente documento tem por finalidade subsidiar a contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo atividades integradas de planejamento, criação, produção, execução, intermediação e veiculação de campanhas institucionais, em diversos meios de comunicação, com caráter informativo, educativo e de orientação social, abrangendo as ações necessárias ao desenvolvimento das atividades publicitárias da Câmara Municipal de Ubá conforme condições constantes neste documento.

Item	Descrição	Medida	Valor Total
01	Serviços de Publicidade e Propaganda	Serviço sob Demanda	R\$ 450.000,00

1.2. Os serviços a serem contratados compreendem, conforme art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010:

*"[...]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. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

1.3.1. Prestação de serviços de consultoria e planejamento na área de publicidade, propaganda, divulgação, comunicação social, marketing, design, programação visual;

1.3.2. Criação, produção, veiculação e distribuição de: Programas de rádio e TV; Campanhas publicitárias institucionais e legais em diferentes mídias (rádio, TV, jornais, revistas, internet e redes sociais como YouTube, Facebook, Instagram, entre outras); Materiais impressos como jornais, outdoors, *minidoors*, revistas, panfletos, folders e similares;

1.3.3. Realização de estudos e pesquisas para identificar veículos de divulgação mais adequados às campanhas educativas e serviços do Legislativo, com base em fatores como área de abrangência, audiência e custo;

1.3.4. Assessoria na promoção e divulgação de interesse institucional do Poder Legislativo;

1.3.5. Formulação e execução do Plano de Comunicação, mediante anuência da Diretoria de Comunicação e Diretoria Geral;

1.3.6. Intermediação na veiculação de peças publicitárias em meios de comunicação tradicionais e alternativos (*back-bus*, painéis de LED interativos, entre outros);

1.3.7. Criação de identidade visual e slogans.

1.4. A contratação será regida, pela Lei 12.232/2010, que dispõe de normas gerais para contratação, pela administração pública, de serviços de publicidade prestados por meio de agências de propaganda, e, subsidiariamente pela Lei 14.133/2021, que prevê sua aplicabilidade para contratação de prestação de serviços técnicos profissionais especializados e a Lei n.º 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício de Publicitário e de Agenciador de Propaganda.

1.5. Os serviços, objeto da presente contratação, são caracterizados como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, nos termos do artigo art. 5º e o art. 20-A, da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, combinado com o art. 6º, inciso XVIII, alínea a, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

1.6. A presente contratação enquadra-se como serviço de natureza contínua, nos termos do art. 6º, inciso XV, da Lei nº 14.133/2021, considerando que se destina à manutenção das atividades administrativas relacionadas à comunicação institucional do Poder Legislativo, decorrentes de necessidades permanentes e prolongadas da Administração. A contratação terá natureza de prestação de serviços sob demanda, sendo os serviços executados conforme necessidade da Câmara Municipal de Ubá e mediante solicitações formais da Administração, observados os prazos, padrões de qualidade e demais condições estabelecidas neste Termo de Referência.

1.7. A formalização da relação jurídica entre a Administração e a empresa vencedora dar-se-á mediante celebração de Contrato Administrativo, instrumento que será regido pela Lei nº 14.133, pelas cláusulas pactuadas e pelas normas de direito público aplicáveis. O prazo de vigência do Contrato será de 12 meses, admitida a prorrogação, de forma sucessiva, até o



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

limite máximo de 10 anos, em conformidade com os artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021. A prorrogação estará condicionada à demonstração de vantajosidade para a Administração, à manutenção das condições iniciais de habilitação e qualificação, bem como ao interesse público devidamente motivado. É permitido a negociação com a contratada ou a extinção contratual sem ônus para qualquer uma das partes.

1.8. Este Termo de Referência foi elaborado em consonância com o Estudo Técnico Preliminar (ETP) que instrui o processo administrativo nº 09/2026, observando a proporcionalidade entre a complexidade da demanda e o detalhamento necessário para a devida instrução processual. Eventuais divergências, inconsistências ou variações de valores, quantitativos, especificações técnicas ou demais informações entre o Estudo Técnico Preliminar e o presente Termo de Referência não caracterizam falha de planejamento ou vício procedimental, mas decorrem do processo natural, legítimo e esperado de revisão, amadurecimento e consolidação das informações ao longo da fase preparatória da contratação. Para todos os efeitos jurídicos, administrativos e operacionais, deverão prevalecer as especificações, condições, parâmetros e valores estabelecidos neste Termo de Referência, por representarem a versão final validada pela Administração, apta a orientar a licitação, a contratação e a execução do objeto.

## 2. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO E DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

2.1. A necessidade da presente contratação e a descrição da solução adotada encontram-se devidamente analisadas e fundamentadas em tópicos específicos do Estudo Técnico Preliminar elaborado no âmbito do Processo Administrativo nº 09/2026, o qual integra os autos e este Termo de Referência se vincula, nos termos do art. 18 da Lei nº 14.133/2021. Com essa decisão pretende-se evitar a duplicidade desnecessária de informações, sem prejuízo da clareza, da transparência e da adequada compreensão do objeto contratado.

## 3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. A contratação deverá atender às necessidades institucionais da Câmara Municipal de Ubá, conforme delineado no Estudo Técnico Preliminar, assegurando a execução integrada, contínua e eficiente dos serviços de publicidade institucional, com caráter informativo, educativo e de orientação social, nos termos do art. 37, §1º, da Constituição Federal e da Lei nº 12.232/2010.

3.2. Somente poderão participar da licitação agências de propaganda que atendam ao disposto no art. 3º da Lei nº 4.680/1965 e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

3.3. A contratada deverá possuir capacidade técnica e operacional para executar, de forma integrada, o conjunto de atividades previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, compreendendo planejamento, criação, produção, execução, intermediação e veiculação de ações publicitárias, bem como gestão estratégica da comunicação institucional.

3.4. A execução dos serviços deverá observar as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP, bem como as práticas de mercado aplicáveis, garantindo transparência, economicidade e adequada aplicação dos recursos públicos. Os serviços serão executados sob demanda, mediante prévia autorização da Administração, por meio de Ordens de Serviço, devendo a contratada cumprir os prazos, condições técnicas e diretrizes estratégicas estabelecidas pela Câmara Municipal. A contratada deverá assegurar a qualidade técnica das peças e campanhas publicitárias, bem como a coerência da comunicação institucional, observando linguagem acessível, identidade visual padronizada e aderência aos objetivos institucionais do Poder Legislativo.

3.5. A contratada será responsável pela gestão e acompanhamento da execução dos serviços junto a fornecedores e veículos de comunicação, inclusive quanto à comprovação de veiculação, controle de custos e apresentação de relatórios de desempenho das campanhas.

### Subcontratação

3.6. A subcontratação será permitida, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

3.6.1. fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, de acordo com o art. 2º, §1º, c/c o art. 14 da Lei Federal 12.232/2010.

3.6.2. veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia, seja on-line ou offline.

3.7. Somente pessoas físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela contratante, poderão fornecer à contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato (Art. 14 da Lei 12.232/2010). O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela contratada ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

3.8. A subcontratação dependerá de autorização prévia e expressa da Contratante, a ser formalizada pelo Fiscal do Contrato ou autoridade competente, mediante solicitação fundamentada da Contratada, contendo a justificativa da necessidade, a demonstração da vantajosidade e a identificação da empresa a ser subcontratada.

3.9. Para fins de autorização da subcontratação, a Contratada deverá encaminhar à Contratante a documentação de habilitação da empresa subcontratada, compatível com a natureza do objeto a ser executado, incluindo, no que couber:

3.9.1. comprovação de regularidade jurídica, fiscal e trabalhista;

3.9.2. qualificação técnica pertinente ao serviço a ser executado, nos termos do §1º do art. 122, da Lei nº 14.133/2021;

3.10. A subcontratação não estabelece qualquer vínculo jurídico entre a Câmara Municipal de Ubá e a subcontratada, permanecendo a contratada integralmente responsável pela execução do objeto e por eventuais danos causados ao órgão.

### Vedações

3.11. É vedada a contratação de outra agência de publicidade e propaganda para a execução de serviço de publicidade da mesma natureza da contratada.

3.12. É vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica que tenha vínculo técnico, comercial, econômico, financeiro, trabalhista ou civil com dirigente da organização contratante ou com agente público envolvido na licitação, na fiscalização ou na gestão do contrato. A proibição aplica-se ainda a cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau dessas pessoas.

3.13. É vedada a participação de empresas reunidas em consórcios mediante justificativas constantes no Estudo Técnico Preliminar.

3.14. É vedada a veiculação de conteúdos que caracterizem promoção pessoal de agentes públicos, devendo todas as ações publicitárias observar rigorosamente os princípios da impessoalidade, moralidade e interesse público.

### Garantia de Execução

3.15. Não será exigida garantia de execução contratual, nos termos do art. 96 da Lei nº 14.133/2021, considerando as características do objeto e o modelo de execução adotado. A decisão fundamenta-se na natureza predominantemente intelectual dos serviços de publicidade e propaganda, executados sob demanda e com pagamentos condicionados à efetiva prestação dos serviços e à comprovação das despesas realizadas, o que reduz a exposição financeira da Administração.

3.16. Eventuais falhas na execução contratual, embora possíveis, não ensejam, em regra, risco significativo e imediato à Administração, sendo passíveis de correção tempestiva, sem prejuízo relevante à continuidade das atividades institucionais. Ademais, a não exigência de garantia, nesse contexto, também contribui para a ampliação da atratividade do certame, ao evitar a imposição de ônus financeiros complementares aos licitantes, especialmente em um mercado caracterizado pela prestação de serviços intelectuais e intermediação.

### Sustentabilidade

3.17. A contratação de serviços de publicidade e propaganda possui natureza predominantemente intelectual e digital, envolvendo atividades como planejamento estratégico, criação de campanhas, produção de conteúdo audiovisual e veiculação em meios digitais, o que, em regra, implica baixo impacto ambiental direto. Não obstante, reconhece-se que determinadas etapas da execução contratual, especialmente aquelas relacionadas à produção de materiais físicos, deslocamentos operacionais e uso de recursos tecnológicos, podem gerar impactos ambientais indiretos, ainda que de baixa materialidade.

3.18. Nesse contexto, a contratada deverá observar práticas de sustentabilidade, sempre que aplicáveis, tais como a priorização de meios digitais em substituição a materiais impressos; a utilização de materiais recicláveis ou de menor impacto ambiental, quando houver produção física; a adoção de processos produtivos que minimizem desperdícios; o incentivo ao uso racional de energia e recursos tecnológicos; e a destinação ambientalmente adequada de resíduos eventualmente gerados. A adoção dessas medidas está alinhada aos princípios do desenvolvimento nacional sustentável previstos na Lei nº 14.133/2021, contribuindo para a mitigação de impactos ambientais e para a promoção de práticas responsáveis no âmbito da Administração Pública.

## 4. EXECUÇÃO DO OBJETO

4.1. A execução dos serviços ocorrerá de forma gradual e sob demanda, sendo os prazos definidos pela Administração no momento da solicitação, de acordo com a complexidade, a urgência e as características específicas da necessidade,



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

observando, em todos os casos, os princípios da eficiência, tempestividade, qualidade técnica e economicidade. Cada serviço ou campanha a ser executado deverá, obrigatoriamente, observar fluxo específico e individualizado de solicitação, aprovação e formalização, não sendo admitida a execução continuada sem a devida autorização prévia da Administração.

4.2. A execução dos serviços será precedida de solicitação formal do setor requisitante, contendo a descrição da campanha ou serviço a ser desenvolvido, objetivos, público-alvo e demais informações necessárias à elaboração da proposta. Recebida a solicitação, a contratada deverá apresentar proposta técnica e orçamentária no prazo máximo de 10 dias corridos, contemplando o planejamento da ação, a descrição prévia dos serviços, o cronograma de execução e a estimativa detalhada de custos.

4.3. A proposta apresentada será submetida à análise e aprovação da Diretora de Comunicação ou de outro responsável técnico previamente informado, sendo dever da contratada realizar todos os ajustes solicitados pela Administração até a aprovação final, sem ônus adicional, desde que não impliquem alteração substancial do objeto inicialmente demandado.

4.4. Após a aprovação, será formalizada a Ordem de Execução de Serviços (Autorização de Produção/Veiculação), que estabelecerá as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, a sua compatibilidade com os preços do mercado, sob pena de responsabilidade civil. É vedada a execução de qualquer serviço sem a prévia aprovação da proposta e a correspondente emissão da Ordem de Execução de Serviços, não sendo devido qualquer pagamento em caso de descumprimento dessa exigência.

4.5. Os serviços deverão ser encaminhados, preferencialmente, por meio digital, em formato compatível com a natureza do material (PDF, JPEG, MP4, SVG, AI, etc.), acompanhadas de ficha técnica quando necessário e, dependendo do caso, poderá ser exigida a entrega física na sede da Câmara Municipal de Ubá, situada na Rua Santa Cruz, nº 301, Centro, CEP 36.500-059, de segunda a sexta-feira, no horário compreendido entre 07 e 18 horas ou em horário previamente definido, quando necessário, mediante comunicação prévia com antecedência mínima de 72 horas. Caso impossibilidade de entrega, a contratada deverá comunicar à contratante, no prazo mínimo de 24 horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo acompanhado da devida comprovação.

4.6. A agência contratada deverá manter estrutura operacional adequada ao porte e à complexidade do objeto, assegurando disponibilidade de equipe técnica qualificada, equipamentos, softwares, estúdios, instrumentos profissionais, licenças e todos os meios necessários à execução das atividades publicitárias, audiovisuais, gráficas e digitais. A falta de estrutura mínima constitui descumprimento contratual e poderá ensejar aplicação de sanções.

4.7. Independentemente da localização de sua sede ou filial, a contratada deverá garantir a disponibilidade de equipe técnica dedicada ao contrato, bem como a realização de reuniões presenciais sempre que convocada pela contratante, no prazo máximo estabelecido contratualmente, sem ônus adicional à Administração.

4.8. A execução de serviços deverá observar rigorosamente as normas de direitos autorais, propriedade intelectual e utilização de imagens, trilhas sonoras, fontes, animações e conteúdos de terceiros. Todo material utilizado deverá possuir licenciamento regular, cabendo exclusivamente à contratada apresentar evidências de autorização, quando solicitado pela Administração.

4.9. Ademais, todos os conteúdos, peças publicitárias, campanhas e materiais produzidos no âmbito do contrato deverão observar rigorosamente padrões de qualidade comunicacional, incluindo, mas não se limitando a: correção gramatical e ortográfica, clareza, objetividade, acessibilidade da linguagem, coerência textual e adequação ao público-alvo e aos canais de veiculação. Deverá ser assegurada, ainda, a conformidade com a linguagem institucional da Administração Pública, vedando-se o uso de termos ambíguos, subjetivos, promocionais de cunho pessoal ou que possam induzir interpretação equivocada da informação.

4.10. Todos os conteúdos deverão respeitar integralmente a legislação vigente aplicável à comunicação pública, em especial as normas eleitorais, abstendo-se de veicular mensagens que possam caracterizar promoção pessoal de agentes públicos, desvio de finalidade ou afronta aos princípios da impessoalidade, moralidade e publicidade.

4.11. No que se refere à produção audiovisual, a agência deverá garantir qualidade técnica compatível com padrões profissionais, contemplando: resolução adequada, equilíbrio de cor, estabilização de imagem, correção de áudio, legendagem quando necessária, ambientação adequada, clareza comunicacional, mixagem sonora e adequação à linguagem institucional.

4.12. Para a seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as disposições do artigo 14 e parágrafo 1º. da lei 12.232/2010, com a obtenção, pela contratada, de no mínimo três orçamentos de empresas previamente cadastradas na Contratante, de igual nível técnico, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

4.13. As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor e a identificação completa. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

4.14. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela contratada com terceiros, ainda que vinculados à execução do objeto contratual, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da contratada, de seus empregados, prepostos ou subordinados. Todos os serviços realizados deverão ser devidamente documentados mediante apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das notas fiscais, faturas e duplicatas quitadas.

4.15. Todos os custos diretos e indiretos necessários à perfeita execução do objeto, incluindo, mas não se limitando a transporte, deslocamento de pessoal, fretes, embalagens, carregamento, descarregamento, seguros, tributos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, bem como quaisquer outros custos acessórios, correrão por conta exclusiva da contratada, não sendo admitida a cobrança de valores adicionais à contratante sob qualquer pretexto.

4.16. A Contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 anos após a extinção do Contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, inclusive fotos ficarão sob a guarda da agência, mas disponíveis a qualquer tempo para a Contratante, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso.

4.17. Como mecanismos formais de comunicação entre a contratante e a contratada, ficam definidos os seguintes instrumentos: ordens de serviço ou ordens de fornecimento emitidas pela Administração, ofícios formais expedidos pelo setor competente, comunicações eletrônicas realizadas por meio de e-mails institucionais e, quando justificado pela urgência ou praticidade, mensagens via aplicativo WhatsApp. As comunicações realizadas por aplicativos de mensagens terão caráter complementar e operacional, não substituindo, quando exigido, as comunicações formais necessárias à instrução, fiscalização ou gestão contratual.

## 5. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO

5.1. 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. 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.

5.2. A execução do contrato também deverá observar as disposições constantes da Portaria nº 16, de 12 de fevereiro de 2026, da Câmara Municipal de Ubá, ou outra que venha a substituí-la, especialmente no que se refere aos procedimentos de gestão, fiscalização, comunicação de ocorrências, registro de atos e demais rotinas administrativas aplicáveis à execução contratual.

5.3. Após a assinatura do contrato, 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 da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

5.4. A Contratada deverá designar formalmente preposto responsável pelo acompanhamento e pela interlocução direta com a Administração, antes do início da prestação dos serviços, indicando, no respectivo instrumento, seus poderes, deveres e responsabilidades relacionados à execução do objeto, bem como os meios de comunicação a serem utilizados durante toda a vigência do contrato. O preposto designado deverá possuir capacidade técnica e autonomia suficientes para representar a Contratada na resolução de demandas operacionais, no atendimento aos chamados, no esclarecimento de dúvidas e no cumprimento das determinações expedidas pela Administração, atuando de forma diligente, tempestiva e colaborativa.

5.5. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por Fiscal do Contrato formalmente designado pela Administração, ao qual competirá verificar o cumprimento integral das obrigações contratuais, visando assegurar os melhores resultados para a Administração, bem como registrar, em instrumento próprio, o histórico de gerenciamento do contrato e todas as ocorrências relevantes à sua execução.

5.6. Compete ao Fiscal do Contrato acompanhar a execução técnica e administrativa do ajuste, incluindo a verificação da regularidade do fornecimento dos bens ou serviços prestados, o atendimento aos prazos pactuados, a manutenção das condições de habilitação da contratada, a correta execução financeira, o controle de glosas, a instrução de apostilamentos e termos aditivos, bem como a conferência dos documentos necessários à liquidação da despesa.

5.7. Identificada qualquer irregularidade, inexecução ou descumprimento contratual, o Fiscal do Contrato notificará a Contratada para a adoção das medidas corretivas cabíveis, estabelecendo prazo razoável para a regularização, com o devido



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

registro nos autos. Sempre que a ocorrência demandar providências que ultrapassem a competência do Fiscal do Contrato, este comunicará o fato, em tempo hábil, ao Gestor do Contrato, para adoção das medidas administrativas, contratuais ou sancionatórias cabíveis. Na hipótese de ocorrências que possam comprometer ou inviabilizar a execução do contrato nos prazos estabelecidos, o Fiscal do Contrato comunicará imediatamente o fato ao Gestor do Contrato, para avaliação e deliberação quanto às providências necessárias.

5.8. O Fiscal do Contrato deverá comunicar ao Gestor do Contrato, com antecedência razoável, o término da vigência contratual, de modo a viabilizar a adoção tempestiva das providências relacionadas à eventual prorrogação, renovação ou encerramento do ajuste.

5.9. A fiscalização exercida pela Administração não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada pela execução do objeto, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades, ainda que decorrentes de imperfeições técnicas, vícios, falhas operacionais ou uso de materiais inadequados, não implicando corresponsabilidade do Contratante ou de seus agentes.

5.10. Após a entrega dos serviços ou materiais referentes a cada demanda solicitada, a Contratada deverá submeter os serviços à verificação da Administração, para fins de aceite inicial, com o objetivo de confirmar a conformidade com as especificações técnicas, os quantitativos, os prazos e as condições estabelecidas.

5.11. O aceite referido no item anterior terá caráter pontual e específico em relação a cada demanda executada, não implicando recebimento definitivo de futuras execuções nem afastando a responsabilidade da contratada pela correção de eventuais falhas, desconformidades ou vícios identificados no serviço ou material entregue. A Administração poderá recusar o aceite inicial caso verifique que os materiais ou serviços não atendem às condições mínimas de qualidade ou conformidade estabelecidas neste Termo de Referência, devendo a Contratada promover os ajustes necessários, sem ônus adicional, até a regularização das pendências apontadas.

5.12. O Fiscal será responsável pela fiscalização direta do fornecimento e entrega dos materiais, realizando a conferência quantitativa e qualitativa no ato da entrega, verificando a conformidade aparente dos produtos com as especificações técnicas, registrando o recebimento provisório em documento formal e notificando imediatamente a Administração e o fornecedor sobre quaisquer irregularidades, avarias ou não conformidades. Caberá também ao Fiscal acompanhar a substituição ou correção de produtos em desconformidade, garantindo que estes estejam aptos para o aceite definitivo.

5.13. O Gestor da Contratação será responsável pela análise detalhada da conformidade técnica dos materiais, considerando as especificações constantes do Termo de Referência, a documentação fornecida, certificações, manuais e garantias aplicáveis, bem como pela formalização do recebimento definitivo, mediante termo ou anotação específica, autorizando o pagamento ao fornecedor. Compete ao Gestor determinar a rejeição parcial ou total de lotes em caso de descumprimento do objeto e aplicar, se necessário, as sanções previstas em lei e edital.

5.14. O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pela Administração, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação mediante termo detalhado, podendo ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

5.15. O aceite inicial e o aceite definitivo não afastam a possibilidade de verificação continuada da conformidade dos serviços prestados ao longo da vigência contratual, permanecendo a Contratada responsável pela manutenção dos níveis de desempenho, qualidade e disponibilidade exigidos.

5.16. Fiscal e Gestor serão responsáveis, em conjunto, pela comunicação direta com o fornecedor em situações de irregularidades ou não conformidade, bem como pelo registro formal de todas as ocorrências. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, 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 quanto à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

5.17. Após a validação do aceite definitivo, caberá ao Gestor comunicar oficialmente ao Setor de Licitação e Compras a autorização para a liquidação do pagamento correspondente, garantindo rastreabilidade, segurança jurídica e controle administrativo em toda a execução contratual. Todos os procedimentos, desde a conferência inicial até a formalização do pagamento, deverão ser registrados em documentos oficiais, como ordens de fornecimento, relatórios de conferência, ofícios, e-mails institucionais e, quando justificadamente necessário, mensagens via aplicativo WhatsApp.

5.18. A emissão de aceite dos serviços pela Contratante não exime a Contratada da responsabilidade pela correção de erros porventura identificados, sem ônus adicional. Surgindo deficiências durante a execução dos serviços, a Contratante requererá por escrito a resolução dos problemas, ficando a Contratada obrigada a recompor um nível de serviços condizente com os requisitos exigidos nesta contratação, podendo os pagamentos serem suspensos até que as dificuldades sejam completamente sanadas.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### 6. OBRIGAÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO

- 6.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela contratada, de acordo com o Edital e seus anexos.
- 6.2. Fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- 6.3. Definir as diretrizes estratégicas da comunicação institucional.
- 6.4. Notificar a contratada, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas.
- 6.5. Notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- 6.6. Verificar a conformidade dos serviços prestados e dos bens recebidos provisoriamente com as especificações constantes do Edital e da proposta, para fins de aceitação e recebimento definitivo.
- 6.7. Acompanhar e fiscalizar a execução contratual e o cumprimento das obrigações pela contratada.
- 6.8. Efetuar o pagamento à contratada no valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo e forma estabelecidos no Edital e seus anexos.
- 6.9. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.
- 6.10. Divulgar as informações sobre a execução do contrato, incluindo a identificação dos veículos de divulgação e dos fornecedores de bens e serviços especializados contratados por intermédio da agência, no sítio eletrônico da Administração Pública, observada a legislação aplicável e as informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados de forma consolidada, por tipo de fornecedor e por meio de comunicação, na forma da legislação vigente e de normas de transparência pública.

### 7. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 7.1. Dispor de capacidade operacional multidisciplinar compatível com o volume, a complexidade e a natureza dos serviços de publicidade institucional da Câmara Municipal de Ubá, assegurando atendimento contínuo e comprovar, no prazo máximo de 30 dias corridos a contar da data de assinatura do contrato, que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados.
- 7.2. Manter disponibilidade para atendimento emergencial, nos casos de demandas urgentes decorrentes de fatos imprevistos, eventos extraordinários ou necessidades institucionais relevantes. Em tais hipóteses, a contratada deverá apresentar solução viável, respeitando as boas práticas técnicas e a legislação aplicável.
- 7.3. Dispor de equipe de atendimento, criação e produção necessária para cumprimento do objeto da licitação para atender às necessidades administrativas e de atendimento com alocação dos perfis necessários, dimensionados de acordo com a demanda de comunicação aprovada pela Contratante.
- 7.4. Manter, durante toda a vigência do contrato, infraestrutura tecnológica adequada, incluindo softwares licenciados, sistemas de edição, armazenamento em nuvem seguro, equipamentos de captura audiovisual e recursos necessários à produção das peças.
- 7.5. Indicar um preposto responsável pelo contrato, que deverá:
  - 7.5.1. Atuar em todas as etapas e fases da campanha, avaliando o seu desenvolvimento e promovendo ações que assegurem o cumprimento dos resultados contratados.
  - 7.5.2. Prestar apoio técnico aos componentes de sua equipe;
  - 7.5.3. Responder pela gestão de seus técnicos, coordenando as tarefas executadas;
  - 7.5.4. Garantir a qualidade nas tarefas compatíveis com os padrões e normas utilizadas e definidos pela Contratante através dos indicadores de níveis de serviço;
  - 7.5.5. Repassar o conhecimento necessário para a execução das tarefas previamente negociadas aos técnicos por ela alocados, que venham a desempenhá-las;
  - 7.5.6. Garantir nos prazos acordados a entrega/transmissão dos serviços;
  - 7.5.7. Resolver conflitos, em conjunto com a equipe especializada da Contratante;



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

- 7.6. Executar os serviços de publicidade com observância aos princípios da legalidade, eficiência, economicidade e qualidade técnica, conforme os briefings e aprovações da contratante.
- 7.7. Realizar reuniões periódicas, preferencialmente na sede da Contratante, com o gestor e o fiscal do contrato e a Diretoria de Comunicação, visando ao aprimoramento e à eficiência dos serviços prestados, formalizando em ata o conteúdo das reuniões ou, alternativamente, realizar reuniões de forma remota, desde que devidamente registradas por meio de gravação ou outro mecanismo idôneo, assegurada a sua guarda e disponibilização para fins de controle, fiscalização e auditoria.
- 7.8. Cumprir todas as obrigações constantes no Edital, seus anexos e sua proposta, assumindo, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os 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.
- 7.9. Corrigir, reparar, remover, substituir às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem defeitos ou incorreções, resultantes da entrega das prestações dos serviços apontados pelo fiscal do contrato, sem gerar ônus algum para a contratante.
- 7.10. Responder perante a contratante e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 7.11. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, 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 deste contrato.
- 7.12. Responsabilizar em observar os Direitos Autorais, licenciamentos de uso de imagens, fotografias, obras audiovisuais e outras sempre quando for o caso e comprovar mediante a apresentação de concessão e autorização de uso contendo finalidade, meio e prazo de validade da cessão do direito autoral.
- 7.13. Manter registro ativo junto ao Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade equivalente, conforme exigido pelo art. 4º da Lei nº 12.232/2010 e manter todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, bem como cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 7.14. Substituir qualquer profissional cuja atuação, permanência ou conduta sejam consideradas inadequadas à execução do contrato, inclusive quando caracterizarem prejuízo à qualidade dos serviços, descumprimento de normas internas ou incompatibilidade com o interesse público, independentemente de justificativa detalhada, resguardado o registro formal da ocorrência para fins de fiscalização e controle.
- 7.15. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do empreendimento.
- 7.16. Guardar sigilo absoluto sobre as informações que vier a ter conhecimento por força da contratação e não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da contratante, sem sua prévia e expressa autorização.
- 7.17. Manter os técnicos responsáveis pela prestação dos serviços devidamente identificados por crachás quando em trabalho nas instalações da Contratante.
- 7.18. Acompanhar e supervisionar todas as execuções externas realizadas por fornecedores terceiros, como gráficas, produtoras de vídeo, estúdios e empresas de mídia exterior, garantindo que as peças finais correspondam integralmente às concepções aprovadas, observando padrões de qualidade, prazos ajustados e condições de execução previamente acordadas.
- 7.19. Realizar a curadoria, análise e validação prévia dos veículos de divulgação on-line, assegurando a não inclusão, no planejamento de mídia, de blogs, canais ou plataformas digitais que veiculem conteúdos que incitem a violência, disseminem desinformação (fake news), promovam pornografia ou violem direitos fundamentais do cidadão, responsabilizando-se integralmente por eventual inobservância.
- 7.20. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à contratante as vantagens obtidas.
- 7.21. 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 se obrigar por quaisquer



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

7.22. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

7.23. Aceitar, caso interesse da contratante, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, nos termos dos arts. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

7.24. Não contratar, durante a vigência da contratação, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do Contratante ou do fiscal ou gestor contratuais, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021.

7.25. Manter registro do acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, nos termos do art. 17 da Lei nº 12.232/10.

## 8. INFRAÇÕES E SANÇÕES

8.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela Contratada ou não veracidade das informações prestadas, poderá acarretar, resguardados os preceitos legais pertinentes, sendo-lhe garantida a prévia defesa.

8.2. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, a contratada que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

8.3. Serão aplicadas à contratada que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

8.3.1. Advertência, quando a contratada der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

8.3.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "b", "c" e "d" do subitem acima, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

8.3.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "e", "f", "g" e "h" do subitem acima, bem como nas alíneas "b", "c" e "d", que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

8.3.4. Multa:

8.3.4.1. Moratória, para as infrações descritas no item "d", de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 10 (dez) dias.

8.3.4.2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

8.3.4.3. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias para apresentação, suplementação ou reposição da garantia autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

8.3.4.4. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas "e" a "h", de 2% (dois por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação.

8.3.4.5. Para as demais infrações a multa será de 1% a 10% do valor do Contrato.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

8.4. A aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência não exclui, em hipótese alguma a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

8.5. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pela Contratante a Contratada, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente. A multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 07 (sete) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

8.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa a contratada, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

8.7. Para a garantia da ampla defesa e contraditório, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados, sendo estes e-mails considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

8.8. Na aplicação das sanções serão considerados:

8.8.1.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

8.8.1.2. as peculiaridades do caso concreto;

8.8.1.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

8.8.1.4. os danos que dela provierem para o Contratante; e

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

8.9. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei.

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

8.11. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal.

8.12. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021. Os débitos da Contratada para com a Administração Contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que a Contratada possua com o mesmo órgão ora Contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

## 9. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

9.1. A medição dos serviços será realizada com base nas Ordens de Serviço emitidas pela Administração, considerando as atividades efetivamente executadas, aprovadas e comprovadas documentalmente, conforme verificação realizada pelo Fiscal do Contrato.

9.2. Para fins de medição, serão considerados, conforme o caso:

9.2.1. relatórios de execução das ações publicitárias;

9.2.2. comprovação de veiculação (planos de mídia, mapas de inserção, comprovantes de exibição);

9.2.3. peças produzidas e entregues;

9.2.4. notas fiscais e documentos comprobatórios de custos de produção e de veiculação.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

9.3. Nos serviços de veiculação, a medição observará os espaços efetivamente utilizados, os períodos de exibição e os formatos contratados, devendo ser comprovados por meio de documentos emitidos pelos veículos de comunicação, tais como mapas de mídia, relatórios de inserção, gravações, prints ou outros meios idôneos de verificação.

9.4. Nos serviços de produção, a medição considerará as entregas efetivamente realizadas e aprovadas, em conformidade com as especificações técnicas e com as propostas previamente validadas pela Administração.

9.5. O fechamento da medição para fins de faturamento poderá ocorrer por Ordem de Serviço individualizada ou de forma consolidada por período, preferencialmente mensal, desde que assegurada a rastreabilidade integral entre:

9.5.1. a demanda originária;

9.5.2. a Ordem de Serviço correspondente;

9.5.3. os serviços executados;

9.5.4. os custos incorridos; e

9.5.5. os documentos comprobatórios da execução e da veiculação.

9.6. Nos casos em que for necessária a supervisão da execução externa (gráfica, produtora audiovisual, mídia exterior ou outros terceiros), caberá à contratada monitorar a produção, garantir conformidade com os arquivos finais aprovados e entregar à fiscalização provas de que a execução observou integralmente o padrão técnico exigido, incluindo fotos, registros, prints, comprovantes de veiculação, certificados técnicos e demais evidências aplicáveis.

9.7. A proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

9.8. O pagamento das obrigações contratuais estará condicionado à efetiva execução do objeto e à correspondente liquidação da despesa, que ocorrerá mediante apresentação de Nota Fiscal ou documento fiscal equivalente, devidamente conferido, aceito e atestado pelo fiscal do contrato.

9.9. A liquidação da despesa será realizada no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da Nota Fiscal ou documento equivalente. Constatadas incorreções, inconsistências ou ausência de informações obrigatórias, a documentação será devolvida à contratada para correção, iniciando-se novo prazo para liquidação a partir da reapresentação dos documentos devidamente regularizados. Em caso de atraso no pagamento por responsabilidade da Administração, os valores devidos serão atualizados monetariamente desde o termo final do prazo até a data do efetivo pagamento, mediante aplicação do índice IPCA.

9.10. A Nota Fiscal deverá conter, obrigatoriamente, os dados bancários completos da contratada, sob pena de suspensão do pagamento até a regularização da informação, bem como observar fielmente o objeto executado, os quantitativos entregues e os valores unitários contratados. A Nota Fiscal ou Fatura deverá estar acompanhada da comprovação da regularidade fiscal da contratada, a qual poderá ser verificada por meio de consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou mediante a documentação prevista no art. 68 da Lei nº 14.133/2021. Constatada situação de irregularidade fiscal, a contratada será notificada para, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, regularizar sua situação ou apresentar defesa, admitida uma única prorrogação por igual período, a critério da Administração.

9.11. Persistindo a irregularidade, a Administração adotará as providências administrativas cabíveis, inclusive a comunicação aos órgãos competentes e, quando aplicável, a instauração de procedimento de rescisão contratual, assegurados o contraditório e a ampla defesa, sem prejuízo da realização de pagamentos referentes a serviços efetivamente executados e aceitos até a decisão final.

9.12. Na hipótese de a Nota Fiscal ou documento fiscal equivalente apresentar erro material, divergência de valores, quantitativos incorretos, descrição em desacordo com o objeto executado, glosa parcial, rejeição do serviço ou qualquer outra inconsistência que inviabilize a liquidação da despesa, a Administração poderá exigir o seu cancelamento e a emissão de nova Nota Fiscal ajustada à execução efetivamente aceita. O cancelamento da Nota Fiscal será de inteira responsabilidade da contratada, inclusive quanto ao cumprimento das exigências fiscais aplicáveis, devendo a nova Nota Fiscal refletir fielmente os serviços ou bens efetivamente executados, aceitos e atestados pela Administração. Enquanto não regularizada a situação fiscal por meio do cancelamento e da reapresentação da Nota Fiscal válida, o pagamento ficará suspenso, não sendo caracterizado atraso imputável à Administração.

9.13. O pagamento será efetuado no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, por meio de ordem bancária, transferência eletrônica ou PIX, a crédito da conta indicada pela contratada. Será considerada como data do pagamento aquela em que for emitida a ordem bancária. Recomenda-se, preferencialmente, a



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

indicação de conta bancária na Caixa Econômica Federal ou Banco do Brasil e no caso de uso de chaves PIX, recomenda-se, preferencialmente, chave vinculada ao CNPJ da contratada.

9.14. Os serviços serão pagos em conformidade com as seguintes especificações:

9.14.1. Serviços internos da agência: será remunerado dentro do valor de desconto oferecido pela empresa contratada, tendo-se como referência os valores constantes na Tabela do SINAPRO, conforme proposta comercial;

9.14.2. Serviços agenciados: os serviços de publicações na imprensa falada, escrita e televisada, serão remunerados, conforme as disposições da Lei 4.680/1995 e Decreto nº 57.690/1966, diretamente pela Contratada e, os serviços como (gráficas, confecções e similares, outdoor, pesquisa de opinião e outros), serão remunerados aos prestadores, diretamente pela Contratada, conforme acordo externo entre as partes.

9.15. No momento do pagamento, serão efetuadas as retenções tributárias previstas na legislação vigente, especialmente aquelas relativas ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISSQN, quando aplicável, e ao Imposto de Renda Retido na Fonte – IRRF, observadas as normas federais, estaduais e municipais pertinentes. A contratada optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, não estará sujeita às retenções dos tributos abrangidos por esse regime, desde que comprove sua condição mediante documentação oficial válida. Nessa hipótese, a Nota Fiscal deverá conter a indicação expressa da opção pelo Simples Nacional e a segregação das receitas, quando exigida pela legislação tributária, sob pena de aplicação das retenções cabíveis.

9.16. Na hipótese de execução parcial do objeto, a Administração realizará o pagamento exclusivamente da parcela efetivamente executada, aceita e atestada, procedendo à glosa proporcional dos valores correspondentes à parcela não executada, executada de forma incompleta ou em desconformidade com as condições contratuais.

9.17. O cálculo da glosa será efetuado com base nos quantitativos efetivamente entregues e aceitos, nos valores unitários contratados ou nos critérios de medição definidos, assegurada a proporcionalidade entre a parcela executada e a parcela glosada. A realização de pagamento parcial, decorrente de glosa, não implica quitação plena do objeto, não afasta a responsabilidade da contratada pela execução integral do contrato, nem impede a aplicação de sanções administrativas ou a adoção de outras medidas cabíveis, observado o devido processo legal.

### **10. SELEÇÃO DO FORNECEDOR, COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

10.1. A seleção do fornecedor dar-se-á por meio de concorrência, na forma do art. 28, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, a ser realizado em sua forma eletrônica, com critério de julgamento de técnica e preço, na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica, e 30% (trinta por cento) de valoração da proposta de preço. Em caso de empate técnico ou necessidade de esclarecimentos, serão utilizados os meios previstos na legislação e no edital para dirimir dúvidas, analisar documentos adicionais, solicitar complementações e garantir clareza nos critérios de avaliação, sempre respeitando o anonimato das propostas técnicas.

10.2. A etapa de julgamento técnico, embora baseada nos arquivos enviados eletronicamente, ocorrerá presencialmente pela Comissão Técnica, conforme previstos nos itens específicos do edital, sendo posteriormente registrada no sistema para transparência e publicidade dos atos.

10.3. A comissão especial de licitação consistirá em um conjunto de 3 agentes públicos indicados pela Administração, em caráter especial, com a função de conduzir, receber, examinar e julgar os documentos relativos a esta contratação, salvo da análise e julgamento das propostas técnicas.

10.4. A avaliação da proposta técnica será baseada em critérios claros e objetivos que avaliem a qualificação técnica da licitante, sua experiência em campanhas publicitárias semelhantes e à proposta de preço apresentada, garantindo a escolha da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

10.5. As propostas técnicas serão analisadas pela subcomissão técnica, nos termos do art. 10 da Lei 12.232/2010 e será constituída por 3 membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Câmara Municipal de Ubá.

10.6. A relação dos nomes para composição da subcomissão técnica será de responsabilidade da Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá, devendo ser definida com, no mínimo, o triplo do número de integrantes previstos. A referida relação será previamente publicada na imprensa oficial, com antecedência mínima de 10 dias da data designada para a realização da sessão pública de sorteio.

10.7. A definição dos membros titulares da subcomissão técnica ocorrerá por meio de sorteio público, a ser conduzido pela Comissão Especial de Licitação. Os nomes remanescentes da relação inicial também serão submetidos a sorteio, com a finalidade de estabelecer a ordem de suplência, para eventual convocação em caso de impedimento ou impossibilidade de participação dos membros titulares.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

10.8. Até 48 horas antes desta sessão pública, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação publicada, mediante fundamentos jurídicos plausíveis e mediante apresentação na plataforma eletrônica ou justificativa entregue à Comissão Especial de Licitação. 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.

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

10.10. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10.11. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade se comprometendo com o cumprimento de requisitos das funções exercidas, conforme as normas de regência (Leis Federais 12.232/2010 e 14.133/2021) e este termo será inserido nos autos do processo desta concorrência.

10.12. À exceção do julgamento das Propostas Técnicas, que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da Comissão Especial de Licitação. Serão realizadas tantas sessões públicas quanto necessárias, desde que observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação em vigor.

10.13. A Comissão Especial de Licitação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

10.14. Antes dos avisos oficiais de resultados desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

## 11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS

11.1. A submissão das propostas deverá ocorrer exclusivamente por meio da plataforma eletrônica AMM LICITA. Todos os documentos, arquivos e demais elementos que compõem as propostas deverão ser encaminhados em formato digital, atendendo integralmente às especificações técnicas estabelecidas pela Administração, sendo expressamente vedada qualquer forma de apresentação física ou envio por meios diversos do sistema eletrônico oficial.

11.2. Adicionalmente, caso o sistema eletrônico utilizado no certame permita, será admitido o envio de arquivos compactados em formato .zip, desde que os arquivos estejam organizados de forma estruturada e identificável, não haja qualquer restrição de acesso, senha, criptografia ou mecanismo que impeça a visualização imediata dos documentos e que a compactação não prejudique a análise, integridade e rastreabilidade das informações.

11.3. Em atendimento ao disposto na Lei nº 12.232/2010, os licitantes deverão estruturar e apresentar, de forma segregada, dois conjuntos de propostas autônomas, sendo uma proposta técnica e uma proposta comercial em momentos distintos no sistema eletrônico, considerando a necessidade de execução do julgamento técnico sem a identificação dos licitantes.

11.4. A proposta técnica deverá ser inserida no ato do cadastramento da proposta inicial, em campo próprio do sistema, enquanto por sua vez, a proposta comercial (de preços) será apresentada apenas após a conclusão do julgamento das propostas técnicas, em fase própria do certame, momento em que a identificação dos licitantes não comprometerá a isonomia nem a imparcialidade do julgamento.

### Proposta Técnica

11.5. Nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010, a proposta técnica deverá ser apresentada de forma integralmente anonimizada, vedada a inclusão de quaisquer elementos que possibilitem, direta ou indiretamente, a identificação da licitante, tais como nomes, marcas, logotipos, assinaturas, referências institucionais, codificações reconhecíveis ou quaisquer outros indícios de autoria. O descumprimento dessa exigência configura irregularidade insanável, implicando a imediata desclassificação da proposta.

11.6. A proposta técnica será estruturada em dois conjuntos de documentos: Plano de Comunicação Publicitária e Informações sobre a Licitante. Com o objetivo de conferir maior clareza, organização e padronização à análise, apresenta-se, a seguir, quadro-resumo contendo os elementos obrigatórios que deverão compor a proposta técnica, os quais serão detalhados nos itens subsequentes.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

Plano de Comunicação Publicitária	Informações Sobre a Licitante
1. Raciocínio Básico 2. Estratégia de Comunicação Publicitária 3. Ideia Criativa 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	1. Capacidade de Atendimento 2. Repertório 3. Relatos de Solução de Problemas de Comunicação

11.7. Nos termos do manual de utilização da plataforma eletrônica AMM LICITA, o sistema não suporta o envio (upload) de arquivos com tamanho superior a 15 MB (megabytes). Em razão dessa limitação técnica, e com o objetivo de assegurar a adequada apresentação das propostas sem prejuízo à competitividade e à análise dos documentos, a Administração disponibilizou, de forma preventiva, múltiplos campos para anexação de arquivos no sistema.

11.8. Os campos identificados como "principal" deverão ser utilizados prioritariamente para o envio integral da documentação, sempre que o volume de arquivos não ultrapassar o limite estabelecido. Os campos identificados como "secundário" destinam-se exclusivamente à complementação da documentação, devendo ser utilizados apenas quando necessário, nos casos em que o conjunto de arquivos exceder o limite máximo permitido por campo. Na hipótese de utilização dos campos secundários, os licitantes deverão manter a organização lógica, sequencial e devidamente identificada dos documentos, de modo a não prejudicar a análise técnica, a rastreabilidade das informações e a compreensão integral da proposta.

11.9. Na hipótese de não utilização do campo secundário e, ainda assim, havendo impedimento técnico do sistema para prosseguimento da submissão da proposta, será admitido o envio de arquivo em branco ou documento meramente formal no referido campo, exclusivamente para fins de viabilização operacional do envio, vedada a inserção de qualquer conteúdo técnico, informativo ou elemento que possa influenciar o julgamento ou identificar o licitante.

11.10. A Administração não se responsabiliza por falhas no envio decorrentes de arquivos com tamanho superior ao limite permitido, arquivos corrompidos, ilegíveis ou desorganizados, cabendo exclusivamente ao licitante a correta inserção e integridade dos documentos apresentados. O uso inadequado dos campos de upload, especialmente com envio fragmentado, desordenado ou que dificulte a análise das propostas, poderá ensejar diligência ou, quando comprometer a avaliação, a desclassificação da proposta, nos termos deste edital.

### Plano de Comunicação Publicitária

11.11. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser padronizado, com formato A4, fonte "arial" na cor preta e tamanho 12, títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuo, espaçamento de 1,50 entrelinhas e duplos após títulos, entre títulos e parágrafos, alinhamento justificado do texto, margens de 3 cm na esquerda e superior, e 2 cm na direita e inferior e numeração em todas as páginas, à direita do canto inferior e contar com os seguintes requisitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.12. Os documentos que comporão o Plano de Comunicação Publicitária deverão ser apresentados de forma que não seja possível identificar a empresa realizadora do projeto, tais como informações, marcas, sinais, logomarcas, etiquetas, palavras, QR codes ou outros elementos. Falhas de natureza formal que não comprometam o sigilo, a identificação da licitante ou o julgamento objetivo das propostas não ensejarão desclassificação automática, observando-se o interesse público e os princípios da razoabilidade e proporcionalidade.

11.13. **RACIOCÍNIO BÁSICO:** Desenvolvido por meio de textos, com no máximo 03 (três) laudas, nos quais a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

11.14. **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:** Desenvolvido por meio de textos, com no máximo 03 (três) laudas, nos quais a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

11.14.1. Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de Ubá.

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

11.15. **IDEIA CRIATIVA:** Exemplos de peças publicitárias, que corresponderão às respostas criativas do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

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

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

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

11.15.3.1. Ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio; protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet; storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

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

11.15.3.2.1. Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

11.15.3.2.2. Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

11.15.3.2.3. Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

11.15.3.2.4. Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

11.15.3.2.5. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

11.15.3.2.6. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

11.15.4. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

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

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

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

11.15.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados por meio de link de acesso a ambiente virtual específico (pasta digital), informado no documento referente a proposta. O ambiente virtual indicado deverá atender, cumulativamente, aos seguintes requisitos:

11.15.8.1. conter exclusivamente os arquivos necessários à análise da proposta;

11.15.8.2. não apresentar qualquer elemento que permita a identificação do licitante, sob pena de desclassificação;

11.15.8.3. garantir acesso irrestrito, gratuito e sem necessidade de autenticação ou solicitação de permissão prévia;

11.15.8.4. manter a integridade e disponibilidade dos arquivos até a conclusão da fase de julgamento técnico.

11.15.9. Compete à Comissão de Contratação proceder à verificação prévia dos links disponibilizados, assegurando o atendimento às condições estabelecidas neste instrumento, antes do encaminhamento do material à Subcomissão Técnica para análise.

11.16. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: Desenvolvida por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no Briefing e simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 11.14.1.

11.16.1. A simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações sobre:

11.16.1.1. período de distribuição das peças e ou material;

11.16.1.2. quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

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

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

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

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

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

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

11.16.3.1. os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

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

11.16.3.3. devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;

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

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

### Conjunto de Informações Sobre a Licitante

11.18. O Conjunto de informações sobre a licitante deverá contar com os seguintes requisitos: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação.

11.19. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Constituída por arquivo específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

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

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

11.19.2.1. A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

11.19.2.2. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara.

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

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

11.19.5. As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.20. REPERTÓRIO: Constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, onde deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado os dispostos abaixo. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas, que será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para este subitem.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

11.20.1. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2020;

11.20.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em arquivos digitais;

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

11.20.4. As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara seja ou tenha sido signatária;

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

11.21. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: Constituído por 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, que tenham recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020, cada um com o máximo de 2 páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.21.1. A apresentação de apenas 1 relato implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista para este subitem.

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

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

11.21.4. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, preferencialmente assinadas digitalmente com certificado válido (ICP-Brasil ou padrão aceito pelo sistema).

11.22. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 3 peças e ou material não computados no limite de páginas, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídas cada peça e ou material, deverá apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

### **Proposta de Preços**

11.23. A Proposta de Preços será apresentada separadamente, por meio do ambiente eletrônico da licitação, após a conclusão integral do julgamento das propostas técnicas, em sessão pública previamente definida e devidamente divulgada no sistema eletrônico, em observância ao procedimento sequencial estabelecido pela Lei nº 12.232/2010 e a transparência dos atos e deverá estar em conformidade com o modelo anexo ao edital.

11.24. Os arquivos eletrônicos correspondentes à Proposta Comercial deverão ser inseridos na plataforma mediante a solicitação da Comissão de Contratação devidamente registrada no sistema, de forma que habilite-se o envio como documentação complementar. Todos os licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão simultaneamente convocados por meio do sistema eletrônico, ocasião em que será concedido prazo uniforme de até 2 horas, contados da solicitação, para apresentação da respectiva Proposta Comercial.

11.25. Recomenda-se que as Propostas Comerciais estejam previamente elaboradas e prontas para envio, considerando a natureza célere da etapa e a necessidade de análise integral das propostas pela Comissão de Contratação. As propostas deverão ser datadas e assinadas digitalmente, com certificado válido (ICP-Brasil ou padrão aceito pelo sistema, observando-se exigências de autenticidade e validade jurídica para documentos eletrônicos), por quem detenha poderes de representação da licitante.

11.26. A Proposta de Preço deverá ser elaborada informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores e o percentual de remuneração incidente sobre o valor da contratação de mídia digital, nas formas abaixo:

11.26.1. à produção e à execução técnica de peça e ou material;

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



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

11.26.3. criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

11.26.4. à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que esses veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65 e ainda,

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

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

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

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

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

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

11.27. Sendo assim, a licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

11.27.1. honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;

11.27.2. honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;

11.27.3. honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;

11.27.4. remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar essa com o desconto de agência;

11.27.5. percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO/MG, a ser concedido pela agência à Câmara Municipal.

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

11.28.1. a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

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

11.29. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados, remuneração sobre mídia digital e pelo desconto concedido sobre a Lista de Referência de Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

11.30. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

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

## 12. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

### Propostas Técnica

12.1. Para o julgamento técnico, a Subcomissão considerará os atributos constantes da planilha abaixo, com suas respectivas pontuações máximas, observado o limite total de 70 (setenta) pontos para a Proposta Técnica. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá notas individualmente e sem comunicação entre si e as notas serão registradas em fichas de avaliação padronizadas e rubricadas, incorporadas ao processo administrativo. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas individualmente pelos membros da Subcomissão Técnica.

12.2. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos e será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

12.3. A Subcomissão Técnica realizará o julgamento presencialmente, em sessão reservada, sem qualquer contato com as licitantes, utilizando exclusivamente os arquivos anonimizados enviados por meio da plataforma eletrônica. É vedado à Subcomissão Técnica conhecer a identidade das proponentes até a conclusão da avaliação, garantindo o sigilo da autoria, princípio basilar do processo licitatório em serviços de publicidade.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		
Raciocínio Básico	<ul style="list-style-type: none"><li>A acuidade de compreensão das funções e do papel da Câmara Municipal nos contextos social, político e econômico (até 1,75 pts);</li><li>A acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal com seus públicos (até 1,75 pts);</li><li>A acuidade de compreensão das características da Câmara Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (até 1,75 pts);</li><li>A acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (até 1,75 pts).</li></ul>	7 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	<ul style="list-style-type: none"><li>A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal e a seu desafio de comunicação (até 3,50 pts);</li><li>A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos (até 3,50 pts);</li><li>A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal com seus públicos (até 3,50 pts);</li><li>A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing (até 3,50 pts).</li></ul>	14 pontos
Ideia Criativa	<ul style="list-style-type: none"><li>Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing (até 3,50 pts);</li><li>Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (até 3,50 pts);</li><li>Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (até 3,50 pts);</li><li>A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (até 3,50 pts).</li></ul>	14 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	<ul style="list-style-type: none"><li>O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (até 2,20 pts);</li><li>A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (até 2,20 pts);</li><li>A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores (até 2,20 pts).</li><li>A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal (até 2,20 pts);</li><li>A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material (até 2,20 pts).</li></ul>	11 pontos
INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE		
Capacidade de Atendimento	<ul style="list-style-type: none"><li>O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (até 2 pts);</li></ul>	10 pontos



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

	<ul style="list-style-type: none"><li>• A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (até 2 pts);</li><li>• A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato (até 2 pts);</li><li>• A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal e a licitante, esboçado na proposta (até 2 pts);</li><li>• A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato (até 2 pts).</li></ul>	
Repertório	<ul style="list-style-type: none"><li>• A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (até 3,50 pts);</li><li>• A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material (até 3,50 pts).</li></ul>	7 pontos
Relatos de Solução de Problemas de Comunicação	<ul style="list-style-type: none"><li>• A evidência de planejamento publicitário (até 1,75 pts);</li><li>• A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (até 1,75 pts).</li><li>• A relevância dos resultados apresentados (até 1,75 pts);</li><li>• A concatenação lógica da exposição (até 1,75 pts).</li></ul>	7 pontos

12.4. A Subcomissão reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.5. Será desclassificada a proposta técnica que não atenda às exigências apresentadas, obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos de sua proposta, não apresentar a proposta anonimizada ou tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

12.6. Concluído o julgamento técnico, as notas finais serão consolidadas e registradas em ata própria, assinada por todos os avaliadores, e esta será disponibilizada no sistema eletrônico, ocasião em que será divulgado o resultado preliminar da etapa técnica.

### Proposta de Preços

12.7. Para o julgamento da Proposta de Preços, a Comissão Especial de Licitação considerará os critérios e respectivas pontuações máximas definidos neste item, observado o limite total de 30 (trinta) pontos. Os critérios I, II e III serão avaliados individualmente, com atribuição de pontuação própria para cada um, com base na primeira tabela de pontuação apresentada. Por sua vez, os critérios IV e V serão avaliados de forma autônoma, observando-se, para cada qual, as respectivas tabelas específicas de pontuação.

12.8. A pontuação final da Proposta de Preços corresponderá ao somatório dos pontos obtidos em cada um dos critérios, respeitado o limite máximo estabelecido.

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

12.8.2. CRITÉRIO II: Percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

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

Percentual de Honorários	Até 10%	11%	12%	13%	14%	15%
Pontos	6	5,40	4,50	3,60	3	1,50

12.8.4. CRITÉRIO IV: Percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

Percentual de Honorários	Até 15%	16%	17%	18%	19%	20%
Pontos	6	5,40	4,50	3,60	3	1,50

12.8.5. CRITÉRIO V: Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais

Desconto Sobre a Lista de Referência de Custos Internos	De 50% ou acima de 50%	De 45% a 49%	De 40% a 44%	De 30% a 39%
Pontos	6	4,50	3,60	3

12.9. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos de cada critério e será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta de Preços, a licitante que obtiver a maior pontuação.

### Pontuação Final e Desempate

12.10. A pontuação final será obtida através da soma da pontuação relativa à proposta técnica com a pontuação relativa à proposta de preços.

12.11. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

12.11.1. Estratégia de Comunicação Publicitária;

12.11.2. Ideia Criativa;

12.11.3. Raciocínio Básico

12.11.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

12.12. Após a utilização dos critérios acima, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

12.13. Será convocado o licitante subsequente, respeitado o ordenamento prévio, quando o licitante anterior for desclassificado ou inabilitado.

### 13. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Para fins de habilitação, como condição indispensável ao julgamento final e à contratação, o licitante cuja Proposta classificado deverão apresentar e comprovar o atendimento a todos os requisitos e documentos exigidos neste Termo de Referência os quais serão analisados, na fase própria do procedimento, em estrita observância ao disposto nos arts. 62 a 69 da Lei nº 14.133/2021.

13.2. Os documentos de habilitação serão analisados e julgados somente após a conclusão do julgamento das propostas técnicas e de preços, podendo a abertura ocorrer na mesma sessão pública ou em sessão distinta, desde que previamente comunicada aos licitantes, em observância aos princípios da transparência e da publicidade.

13.3. Recomenda-se que os licitantes realizem o envio prévio dos documentos de habilitação no momento do cadastramento da proposta no sistema eletrônico, com vistas à otimização do fluxo processual e à celeridade do certame, desde que os arquivos sejam inseridos no campo específico destinado à habilitação, vedada, em qualquer hipótese, a sua inclusão junto aos documentos da proposta técnica.

13.4. A inserção prévia dos documentos de habilitação possui caráter facultativo, sendo certo que somente será analisada a documentação do licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar, nos termos do rito procedimental adotado. Sendo assim, na hipótese de o licitante não ter realizado o envio prévio dos documentos de habilitação, deverá apresentá-los no prazo máximo de 30 minutos, contadas da solicitação formal da Comissão Especial de Licitação, por meio do sistema eletrônico, sob pena de inabilitação.

13.5. De acordo com o art. 43, §1º, da Lei Complementar Federal nº 123, de 2006, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das microempresas, empresas de pequeno porte ou microempreendedor individual, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

13.6. A não-regularização da documentação, no prazo previsto no parágrafo anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 156 da Lei Federal nº 14.133/2021, sendo facultado ao órgão ou



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

entidade responsável pelo processo licitatório convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou revogar a licitação.

### Habilitação Jurídica

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

13.8. Microempreendedor Individual (MEI): Certificado da Condição de Microempreendedor Individual (CCMEI);

13.9. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal 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;

13.10. 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;

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

13.12. 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;

13.13. Documento oficial de identificação dos sócios, administradores ou representantes legais.

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

### Habilitação fiscal, social e trabalhista

13.15. Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

13.16. 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 n.º 1.751/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

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

13.18. 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 n.º 5.452/1943.

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

13.20. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual/Municipal 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.

### Habilitação Econômico-Financeira

13.21. 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;

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

13.23. Balanço patrimonial, demonstração do resultado do exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devidamente registrados na Junta Comercial ou no órgão competente, quando aplicável, aptos a demonstrar a situação econômico-financeira da licitante;

13.24. Comprovação dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), todos superiores a 1 (um), mediante a aplicação das seguintes fórmulas:

$$13.24.1. LG = (\text{Ativo circulante} + \text{Realizável a longo prazo}) / (\text{Passivo circulante} + \text{Passivo não circulante});$$



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

13.24.2. SG = Ativo Total / (Passivo circulante + Passivo não circulante);

13.24.3. LC = Ativo circulante / Passivo circulante.

13.25. As empresas constituídas no exercício financeiro da licitação deverão atender às exigências de qualificação econômico-financeira, podendo substituir as demonstrações contábeis dos exercícios anteriores pelo balanço de abertura, conforme disposto no art. 65, § 1º, da Lei nº 14.133/2021.

13.26. No caso de pessoa jurídica constituída há menos de 2 anos, as demonstrações contábeis exigidas limitar-se-ão ao último exercício social, nos termos do art. 69, § 6º, da Lei nº 14.133/2021.

13.27. O atendimento aos índices econômico-financeiros deverá ser atestado por meio de declaração assinada por profissional legalmente habilitado da área contábil, devidamente identificado, apresentada pela licitante juntamente com a documentação de habilitação.

### Habilitação Técnico-Operacional

13.28. Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida, nos termos do § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010, comprovando que a licitante atende às condições técnicas exigidas para o exercício regular das atividades de agência de propaganda. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência será considerado válido para suas filiais, desde que estas integrem a mesma estrutura operacional certificada.

13.29. O certificado deverá estar válido na data de apresentação dos documentos de habilitação, cabendo à Comissão Especial de Licitação proceder à verificação de sua autenticidade e regularidade, inclusive por meio de consulta ao sítio eletrônico oficial do CENP ou da entidade certificadora equivalente.

13.30. Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprovem a exigência e experiência na realização dos serviços objeto desta contratação.

13.31. A capacidade técnica, criativa e operacional das agências avaliada exclusivamente na fase de julgamento das Propostas Técnicas, por intermédio da atuação da Subcomissão Técnica especializada.

### Declarações e Termos

13.32. Declaração Unificada, conforme modelo constante em anexo ao Edital, devidamente preenchida e assinada, por meio da qual declara, sob as penas da lei, o atendimento aos requisitos de habilitação e às demais exigências normativas aplicáveis, nos termos da Lei nº 14.133/2021. A Declaração Unificada compreenderá, de forma expressa e consolidada, a manifestação quanto ao cumprimento das exigências legais, constitucionais, trabalhistas, fiscais, sociais e ambientais, bem como das demais condições previstas na Lei nº 14.133/2021, além da plena ciência e concordância com todas as disposições constantes do Edital e do Termo de Referência.

13.33. O licitante será integralmente responsável pela veracidade, legitimidade e exatidão das informações prestadas na Declaração Unificada, respondendo administrativa, civil e penalmente em caso de falsidade, omissão ou apresentação de informações inverídicas, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis.

## 14. ESTIMATIVA DE VALOR, DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

14.1. O valor total estimado para a presente contratação é de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais), estabelecido como limite máximo aceitável pela Administração, elaborado em conformidade com os princípios da economicidade, eficiência e vantajosidade previstos na Lei nº 14.133/2021.

14.2. O valor deverá ser utilizado de acordo com a necessidade da Administração, respeitando o princípio da economicidade e resguardando que a execução dos serviços ocorrerá mediante ordens formais de serviço, conforme prioridades institucionais e disponibilidade orçamentária. Não há obrigatoriedade de consumo integral do valor estimado, sendo a utilização condicionada às demandas efetivas e justificadas e não cabendo à licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de indenização.

14.3. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da Câmara Municipal de Ubá, sendo atendida pela seguinte dotação:

*Programa de Trabalho: 01.01.0103100014.001- Manutenção das atividades da Câmara Municipal de Ubá; Elemento de Despesa: 3.33.90.39.00.00.00 – Outros Serviços de Terceiros (Pessoa Jurídica); 3.33.90.39.68.00.00 – Serviços de Publicidade e Propaganda;*

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



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### 15. REAJUSTE DE PREÇOS E REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

15.1. Para fins de registro, a data do orçamento estimado da contratação é 17 de março de 2026 e constitui a data-base para fins de reajuste contratual, nos termos da Portaria TCU nº 122/2023, observando-se o interregno mínimo de 12 (doze) meses, contado a partir da referida data. Para esse fim, considera-se como data do orçamento aquela correspondente à consolidação da pesquisa de preços que fundamentou a estimativa do valor da contratação, devidamente formalizada e juntada aos autos do processo administrativo.

15.2. O reajuste contratual, quando cabível, observará:

15.2.1. para os custos internos de execução dos serviços remunerados pela Agência, será realizado com base na variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou por outro índice oficial que venha a substituí-lo;

15.2.2. para os serviços e bens contratados junto a terceiros, serão observados os valores efetivamente praticados no mercado à época da contratação, devidamente comprovados e compatíveis com o objeto executado, observadas as bases legais aplicáveis;

15.2.3. para os casos em que houver referência obrigatória à Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO) ou instrumento equivalente, prevalecerão os critérios específicos legalmente estabelecidos.

15.3. Na hipótese de prorrogação contratual, será assegurado à contratada o direito ao reajuste, observada a periodicidade mínima anual e os critérios definidos neste tópico. O reajuste incidirá exclusivamente sobre as parcelas de natureza reajustável, não alcançando valores penalizados, glosas, multas ou quaisquer verbas de outra natureza que não integrem a remuneração contratual nos termos definidos no Termo de Referência no contrato.

15.4. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o Contratante pagará ao Contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

15.5. O reajuste não se confunde com o reequilíbrio econômico-financeiro, que poderá ser concedido nas hipóteses previstas no art. 124 da Lei nº 14.133/2021, em razão de fatos supervenientes, imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, bem como em casos de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, desde que devidamente demonstrado e comprovado pela contratada. O reequilíbrio econômico-financeiro deverá limitar-se à recomposição da equação contratual originalmente estabelecida, sendo vedado qualquer acréscimo que configure vantagem indevida ou alteração da natureza do ajuste.

15.6. Para cada ocorrência de reequilíbrio, a contratada deverá formalizar a solicitação por escrito e instruir o pedido com exposição do evento superveniente e a demonstração do nexo causal entre o evento e o impacto financeiro, bem como apresentação de memória de cálculo, se for o caso. A Administração poderá solicitar informações complementares ou demais elementos que sejam necessários à correta análise da ocorrência, além de poder realizar diligências ou promover estudos, sendo ao final proferida decisão motivada.

15.7. A solicitação do reequilíbrio econômico-financeiro não suspende ou interrompe a obrigação da prestação de serviço, nem é automático o reconhecimento de tal, constituindo ato discricionário vinculado à comprovação técnica e jurídica dos fundamentos apresentados.

### 16. CONSIDERAÇÕES FINAIS

16.1. As informações constantes deste documento são públicas, não havendo classificação de sigilo nos termos da Lei nº 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação), ressalvadas as exceções legais previstas na Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), quando aplicável.

16.2. A participação das licitantes na presente Concorrência Eletrônica implica conhecimento pleno e aceitação integral de todas as condições estabelecidas neste Termo de Referência, no edital e em seus anexos, não podendo alegar desconhecimento de quaisquer regras, requisitos técnicos ou obrigações aqui estabelecidas.

16.3. Os casos omissos, dúvidas de interpretação ou situações não previstas neste Termo de Referência serão analisados e decididos pela Câmara Municipal de Ubá, podendo ser consultadas a assessoria jurídica, a unidade de controle interno e a fiscalização do contrato.

16.4. A Câmara Municipal poderá, a qualquer tempo, promover auditorias, diligências, verificações técnicas ou solicitações de documentos, arquivos e informações complementares, com o objetivo de assegurar a conformidade da execução contratual e a correta aplicação dos recursos públicos.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

16.5. A contratação será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, em sessão pública por meio da plataforma AMM Licita ([www.ammlicita.org.br](http://www.ammlicita.org.br)) e informações adicionais poderão ser obtidas junto ao Setor de Patrimônio, Licitação e Compras da Câmara Municipal de Ubá, através do telefone (32) 3539-5000 ou e-mail [licitacao@uba.mg.leg.br](mailto:licitacao@uba.mg.leg.br).

16.6. A juízo da contratante, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a contratada apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

05 de maio de 2026

*Guilherme Cruzatto Cancela*  
Diretor de Patrimônio, Licitação e Compras



Documento assinado digitalmente

**GUILHERME CRUZATTO CANCELA**

Data: 05/05/2026 14:04:59-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>



# **ANEXO II**

## **BRIEFING**



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### BRIEFING

PROCESSO ADMINISTRATIVO 09/2026

## 1. INTRODUÇÃO

1.1. A Câmara Municipal de Ubá, órgão do Poder legislativo do Município de Ubá, Estado de Minas Gerais, sediada na Rua Santa Cruz, 301, Centro, realiza esta licitação para a contratação de uma agência de publicidade que atuará como braço estratégico de sua comunicação institucional. O Poder Legislativo ubaense tem como pilares fundamentais a transparência, a fiscalização e a proximidade com o cidadão. No entanto, conforme diagnosticado em nossa gestão de comunicação, há um abismo entre o que a Câmara produz (projetos de lei, audiências, serviços do Centro de Atendimento ao Cidadão, Escola do Legislativo) e o que a população efetivamente percebe e utiliza.

1.2. Buscamos, por meio deste briefing, uma campanha simulada que apresente soluções criativas e estratégicas para reposicionar a imagem da Câmara como a verdadeira "Casa do Cidadão". A agência proponente deve considerar uma verba anual estimada em R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais), que deverá ser otimizada para cobrir desde a criação de campanhas de utilidade pública até a gestão de presença digital e produção de materiais informativos.

1.3. Todo o trabalho desenvolvido deve obedecer rigorosamente ao preceito constitucional da impessoalidade (Art. 37, parágrafo 1º da CF/88), tendo caráter estritamente educativo, informativo ou de orientação social, sendo vedada qualquer promoção pessoal de vereadores ou servidores desta Casa. Esperamos uma proposta que saia do discurso burocrático e entregue uma comunicação humanizada, moderna e capaz de gerar engajamento real da comunidade com o trabalho de seus representantes.

## 2. PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

2.1. O problema central a ser enfrentado nesta campanha simulada é a crise de percepção e o vácuo informacional entre a Câmara Municipal de Ubá (CMU) e o cidadão. Este cenário é caracterizado por:

2.1.1. Déficit de Confiança Institucional: Dados nacionais indicam que o Poder Legislativo possui um dos menores índices de confiança. Em Ubá, esse desgaste é alimentado pelo desconhecimento sobre as reais funções dos vereadores e pela confusão entre as atribuições do Legislativo e do Executivo.

2.1.2. Invisibilidade das Ações e Serviços: A CMU promove projetos de alto valor social – como os Projetos Escola na Câmara, Pré-Enem Social e o Parlamento Jovem – que não possuem a visibilidade e o reconhecimento proporcionais ao seu impacto no cotidiano da cidade.

2.1.3. Ausência de Planejamento Moderno: A comunicação institucional atual carece de um foco estratégico que interaja efetivamente com a população, deixando de utilizar técnicas modernas para "publicitar" o papel da Casa na defesa das demandas do cidadão.

2.1.4. Impacto no Cotidiano: A população não consegue perceber como as leis discutidas e votadas no Plenário afetam diretamente a organização social e o bem-estar em Ubá e seus distritos.

2.2. O problema de comunicação, portanto, reside na incapacidade de transformar a transparência burocrática em credibilidade percebida, mantendo a instituição distante do munícipe, que acaba por não exercer sua cidadania de forma plena por falta de informação qualificada.

## 3. DESAFIO DA COMUNICAÇÃO

3.1. O desafio central desta campanha é reposicionar a Câmara Municipal de Ubá na mente do cidadão, migrando de uma percepção de "órgão burocrático e distante" para uma instituição "essencial, ativa e prestadora de serviços".

3.2. A agência deverá propor uma estratégia que vença os seguintes obstáculos extraídos do diagnóstico institucional:

3.2.1. Humanização e Proximidade: Superar o distanciamento causado pela formalidade dos ritos parlamentares, adotando uma linguagem empática e acessível que conecte o trabalho dos vereadores ao cotidiano dos moradores de Ubá e seus distritos. O objetivo é evidenciar que a Câmara é o espaço onde a participação popular se converte em conquistas sociais e melhorias práticas para o município.

3.2.2. Educação para a Cidadania: "Ensinar" o papel do vereador e da Câmara de forma lúdica e direta, combatendo a confusão de atribuições com o Poder Executivo e esclarecendo como a fiscalização e a legislação impactam a vida na cidade.

3.2.3. Visibilidade às Entregas Sociais: Dar transparência aos projetos de alto impacto executados por seus setores especializados. A campanha deve mostrar que a Casa vai além do Plenário, oferecendo cidadania através do CAC (Centro



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

de Atenção ao Cidadão) e educação política e social por meio da Escola do Legislativo, que promove iniciativas como o Pré-Enem Social, o Parlamento Jovem e o projeto Escola na Câmara.

3.2.4. Engajamento Digital e Transparência Proativa: Superar a comunicação meramente oficial e estática, utilizando as redes sociais e novos formatos para gerar diálogo real e incentivar a presença da população nas audiências públicas e sessões legislativas.

3.2.5. Diferenciação Institucional: Criar uma identidade visual e verbal forte que garanta que o cidadão identifique prontamente as ações como sendo de iniciativa do Poder Legislativo, evitando a diluição do mérito institucional.

## 4. PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

4.1. Para a elaboração da proposta técnica, o licitante deverá considerar o seguinte cenário problemático que exige uma solução de comunicação imediata.

### Cenário

4.2. A Câmara Municipal de Ubá possui uma estrutura de serviços e projetos sociais, hoje operada pela Escola do Legislativo. No entanto, diagnósticos internos indicam que a população usufrui de projetos como o Pré-Enem Social, Escola na Câmara e o Parlamento Jovem sem identificar que estas são iniciativas diretas do Poder Legislativo. Há uma percepção de que a Câmara "só funciona em dias de sessão" e que o trabalho dos vereadores se resume ao Plenário.

### O Nó Estratégico a ser Resolvido

4.3. O problema não é a falta de entrega, mas a falha na atribuição de valor. A comunicação atual é fragmentada: divulga-se o projeto, mas não se fortalece a Marca Institucional da Câmara como a provedora desses benefícios. Isso resulta em um baixo índice de "percepção de utilidade" da Casa perante o contribuinte ubaense.

### Objetivo da Campanha Simulada

4.4. A agência deve apresentar uma solução que:

4.4.1. Unifique a Linguagem: Criar um conceito que conecte todos os projetos (o Pré-Enem Social, Escola na Câmara, o Parlamento Jovem, etc.) à marca da Câmara Municipal de Ubá.

4.4.2. Converta Usuários em Defensores: Transformar quem já usa os serviços em cidadãos que compreendem e valorizam o papel do Poder Legislativo.

4.4.3. Incentive a Participação: Mostrar que, além de usar os serviços, o cidadão deve vir as sessões e usar as redes sociais para fiscalizar e sugerir leis, fechando o ciclo da cidadania.

### Direcionamento Criativo

4.5. A solução deve evitar o tom meramente político-partidário, focando no caráter social e educativo, demonstrando que a Câmara de Ubá trabalha em prol da cidade, muito além das votações em plenário.

## 5. MARCA

5.1. A identidade visual a ser utilizada na campanha simulada deve centrar-se na figura institucional da Câmara Municipal de Ubá. Para a execução das peças, as licitantes deverão observar as seguintes diretrizes:

5.1.1. Logomarca Oficial: Deverá ser utilizada o Brasão de Armas do Município de Ubá, acompanhado da tipografia oficial da Câmara Municipal, respeitando as proporções e cores institucionais, disponível para download em: [BRASÃO](#).

5.1.2. Aplicação e Hierarquia: A marca da Câmara deve ter destaque visual em todas as peças, posicionadas de forma a garantir a imediata identificação do Poder Legislativo como o autor da mensagem e o provedor dos serviços (CAC, Escola do Legislativo, etc.).

5.1.3. Regra de Impessoalidade (Art. 37, parágrafo 1º da CF): É expressamente proibida a utilização de nomes, símbolos, logotipos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades, vereadores ou servidores públicos. A marca deve ser tratada sob o prisma estritamente institucional.

5.1.4. Assinatura da Campanha: A agência terá liberdade para criar uma "assinatura visual" específica para a campanha simulada, desde que esta conviva harmoniosamente com a marca oficial da Câmara, sem substituí-la ou ofusca-la.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### 6. PEÇAS

6.1. A agência licitante deverá apresentar um conjunto de peças que materialize a solução para o problema de comunicação exposto no item 4. A quantidade e a variedade das peças devem ser estritamente pertinentes ao desafio de humanização e visibilidade da Câmara Municipal de Ubá, evitando a dispersão de recursos.

#### Composição Sugerida para a Campanha Simulada:

6.2. Para que a Comissão Técnica possa avaliar a capacidade criativa e de desdobramento da ideia, a proponente deverá desenvolver, no mínimo:

6.2.1. 01 Conceito Central (Assinatura): Que unifique os serviços (Pré-Enem Social, Parlamento Jovem, etc.)

6.2.2. 01 Roteiro de Vídeo (30"): Com foco em TV ou Redes Sociais, demonstrando a proximidade da Câmara com o cidadão.

6.2.3. 01 Roteiro de Spot de Rádio (30"): Focado na prestação de serviços e utilidade pública.

6.2.4. 02 Peças de Mídia Digital: Sendo 01 card estático e 01 vídeo curto (Reels/Stories) focado em engajamento.

6.2.5. 01 Peça de Mídia Exterior ou Impressa: (Ex: Outdoor, busdoor ou anúncio de jornal) para reforço institucional na praça de Ubá.

#### Recursos de Mídia e Não Mídia:

6.3. As licitantes têm liberdade para propor o uso dos seguintes recursos, baseando-se no ecossistema de comunicação de Ubá:

6.3.1. Recursos de Mídia: Rádio (FM e AM locais), TV (afiliadas regionais), Jornais impressos e portais de notícias locais, Mídia Digital Programática e Impulsioneamento em Redes Sociais.

6.3.2. Recursos de Não Mídia: Ações de marketing direto nos setores da Casa (Escola do Legislativo e Comunicação), materiais informativos para os projetos, sinalização interna educativa e ativações de rua que estimulem a participação nas audiências públicas.

### 7. PLANO DE MÍDIA

7.1. A licitante deverá apresentar uma estratégia de veiculação que maximize o alcance e a frequência da mensagem, considerando a realidade demográfica e os habitantes de consumo de mídia da população de Ubá e seus distritos. O plano deve ser dimensionado para uma verba referencial de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais) para o período de 12 meses.

#### Objetivos de Mídia:

7.2. Alcance: Atingir a maior parcela possível da população e usuários dos serviços da Câmara.

7.3. Frequência: Garantir a repetição necessária para a fixação do novo conceito institucional e dos serviços.

7.4. Geolocalização: Focar 100% dos esforços no município de Ubá e distritos adjacentes.

#### Estratégia por Meio (Planos Específicos):

7.5. Rádio (FM/AM): Meio fundamental pela capilaridade em Ubá. O plano deve prever inserções em horários de pico de audiência local (Programas jornalísticos e de prestação de serviço), visando o público que se desloca para o trabalho e o comércio.

7.6. Televisão (Afiliadas Regionais): Utilização estratégica de inserções em telejornais locais de grande audiência, focando no reforço da credibilidade institucional e na prestação de contas.

7.7. Mídia Digital e Redes Sociais: O plano deve contemplar o impulsioneamento de conteúdos no Facebook e Instagram (Meta Ads) e YouTube, segmentados por interesses e localização. Deve-se prever uma verba específica para "transparência digital", mantendo os serviços em destaque nas buscas locais.

7.8. Mídia Exterior (OOH): Utilização de pontos estratégicos de grande fluxo (Centro, arredores da Rodoviária e principais avenidas e praças) através de outdoors ou painéis de LED, garantindo a presença constante da marca da Câmara no dia a dia da cidade.

7.9. Mídia Impressa: Anúncios em jornais de circulação local para registros oficiais de utilidade pública e campanhas educativas que exijam maior tempo de leitura e detalhamento.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### **Cronograma de Desembolso:**

7.10. A agência deve propor um escalonamento da verba, sugerindo períodos de maior intensidade baseados no calendário legislativo e em datas de maior demanda pelos serviços sociais da Casa.

## **8. RECURSOS**

8.1. Para a viabilização da estratégia de comunicação proposta, a licitante deverá considerar o orçamento referencial anual estabelecido no edital. A gestão desses recursos deve ser pautada pela eficiência e pela busca do melhor custo-benefício para a administração pública.

### **Investimento Total Estimado:**

8.2. O valor global estimado para a contratação é de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais) por um período de 12 meses. Este montante inclui todos os custos diretos e indiretos necessários para a execução dos serviços de publicidade.

### **Distribuição Sugerida dos Recursos:**

8.3. A agência deve demonstrar em sua proposta como os recursos serão alocados, respeitando os seguintes limites e natureza de despesa:

8.3.1. Veiculação de Mídia (Investimento em Veículos de Mídia): Aproximadamente 70% a 80% do recurso deve ser destinado à compra de espaço publicitário (Rádio, TV, Internet, Outdoor e Impressos). O foco deve ser a cobertura total da cidade de Ubá, priorizando meios mais populosos.

8.3.2. Produção de Peças: Aproximadamente 15% a 20% do recurso destinado aos custos de produção (contratação de produtoras de vídeo/áudio, gráficas, fotógrafos e finalização técnica). A agência deve propor produções de alta qualidade, porém otimizadas para o orçamento disponível.

8.3.3. Honorários e Taxas: Conforme a Lei 12.232/2010 e as Normas-Padrão do CENP, serão respeitados os honorários sobre produção (geralmente 15%) e a desconto padrão de agência sobre a veiculação, sempre visando a modicidade de custos para a Câmara Municipal.

### **Justificativa do Investimento:**

8.4. O aporte de recursos justifica-se pela necessidade premente de cumprir o princípio da publicidade e garantir que os serviços do CAC, as ações da Escola do legislativo e as decisões do Plenário cheguem ao conhecimento de todos os cidadãos de Ubá, transformando o gasto público em retorno social e cidadania ativa.

## **9. PRAZO DE DURAÇÃO DA CAMPANHA**

9.1. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser projetado para uma execução contínua, respeitando a vigência contratual prevista de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do contrato ou da emissão da primeira Ordem de Serviço.

### **Cronograma de Veiculação:**

9.2. A campanha simulada deve prever uma estratégia de presença que considere:

9.2.1. Fase de Lançamento (Impacto): Período inicial de 30 a 60 dias para a fixação do novo conceito institucional e apresentação unificada dos serviços.

9.2.2. Manutenção (Continuidade): Ações mensais regulares para garantir que o cidadão seja constantemente lembrado das utilidades da Câmara e das datas das sessões e audiências.

9.2.3. Sazonalidade Legislativa: Intensificação das peças em períodos estratégicos, como o lançamento de novas turmas do Pré-Enem Social, o cronograma do Parlamento Jovem e as campanhas de prestação de contas semestrais.

### **Periodicidade das Peças:**

9.3. As peças de Rádio e TV deverão ser planejadas em períodos intensos seguidos de manutenção.

9.4. As ações em Redes Sociais e Mídia Digital deverão ter caráter de veiculação ininterrupta, garantindo o atendimento às demandas de transparência e interação em tempo real.

## **10. PRAÇA**

10.1. A praça de execução e veiculação da campanha é o município de Ubá, Minas Gerais, abrangendo toda a sua extensão territorial urbana e rural, bem como os seus distritos.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### **Abrangência Geográfica:**

10.2. Sede: Cidade de Ubá.

10.3. Distritos: Ubari, Miragaia e Diamante de Ubá.

10.4. Área de Influência: Região imediata que consome os serviços e o comércio do polo de Ubá, onde a atuação da Câmara Municipal gera impacto indireto.

### **Justificativa Estratégica:**

10.5. A concentração dos esforços de comunicação nesta praça visa garantir que a informação chegue diretamente ao contribuinte e cidadão que é representado pelos parlamentares desta Casa. A agência deve priorizar veículos de comunicação (rádios, portais e mídias exteriores) cuja cobertura e audiência sejam comprovadamente focadas no município, evitando o desperdício de recursos (dispersão) em regiões onde a Câmara Municipal de Ubá não possui jurisdição legislativa.



**ANEXO III**  
PROPOSTA DE PREÇOS



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

**NOTA:** Esta página contém apenas um modelo de proposta de preços a ser apresentada, onde a empresa licitante deverá transcrevê-lo em papel timbrado próprio, assinando-o conforme exigências do edital. Esta mensagem orientativa não integra a documentação exigida e deverá ser excluída quando do preenchimento e apresentação da declaração.

**PROPOSTA DE PREÇOS**  
PROCESSO ADMINISTRATIVO 09/2026

Razão Social: \_\_\_\_\_  
CNPJ: \_\_\_\_\_  
Endereço e CEP: \_\_\_\_\_  
Nome do Representante: \_\_\_\_\_  
Documentos do Represente (RG e CPF): \_\_\_\_\_

A presente proposta é válida por \_\_\_\_ dias (mínimo 90 dias), a contar de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 01/2026 promovida pela Câmara Municipal de Ubá, serão praticados:

1. Honorários de .....% (.....por cento) sobre serviços externos de pro-dução e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
2. Honorários de .....% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
3. Honorários de .....% (..... por cento) sobre formas inovadoras de comu-nicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
4. Remuneração de .....% (.....por cento) sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que esses veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.
5. Desconto a ser concedido à Câmara de Ubá sobre os custos in-ternos, baseados na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.....% (..... por cento);

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

1. Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.
2. Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal de Ubá procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei e declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Poder Legislativo Municipal de Ubá as vantagens obtidas.

XX de XXXXXX de 2026

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Representante



**ANEXO IV**  
DECLARAÇÕES E TERMOS



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

**NOTA:** Esta página contém apenas um modelo de declaração unificada, a ser utilizado como referência. A empresa licitante deverá transcrevê-lo em papel timbrado próprio, assinando-o conforme exigências do edital. Esta mensagem orientativa não integra a documentação exigida e deverá ser excluída quando do preenchimento e apresentação da declaração.

### DECLARAÇÃO UNIFICADA

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, com sede na \_\_\_\_\_ por intermédio do seu representante legal \_\_\_\_\_, inscrito no CPF sob o nº \_\_\_\_\_, declara, para todos os fins, que conhece e aceita todas as condições da presente licitação e, especificamente, que:

1. Todos os documentos e informações prestadas são fiéis e verdadeiras.
2. A empresa até a presente data encontra-se desimpedida de participar da licitação, obrigando-se, ainda, a declarar, sob as penalidades cabíveis, a superveniência de fato impeditivo da habilitação.
3. Para fins de participação no processo licitatório em pauta, sob as penas da lei, que concorda e se submete a todos os termos, normas e especificações pertinentes ao Edital, bem como, às Leis, Decretos, Portarias e Resoluções cujas normas incidam sobre a presente licitação.
4. Tem pleno conhecimento, concorda com as condições e atende a todos os requisitos de habilitação e especificações técnicas previstas no Edital, que assumo total responsabilidade por este fato e que não utilizarei deste para quaisquer questionamentos futuros que ensejam avenças técnicas ou financeiras.
5. Aceita as condições estipuladas neste edital, ressalvada a hipótese de impugnação.
6. Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.
7. Não possui, em seu quadro de pessoal, empregados menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.
8. Não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observado o disposto nos incisos III e IV do artigo 1º e no inciso III do artigo 5º da Constituição Federal.
9. Não constam em seus quadros societários colaboradores do órgão promotor do pregão eletrônico que mantenham vínculo familiar com detentor de cargo em comissão ou função de confiança, atuante na área responsável pela demanda ou contratação, ou de autoridade a ele hierarquicamente superior.
10. Não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.
11. Caso se enquadre no artigo 3º, da Lei 123/2006, no presente ano-calendário de realização desta licitação, a empresa não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como Empresa de Pequeno Porte (EPP), conforme o limite estabelecido no art. 3º, inciso II, da referida Lei Complementar.
12. As propostas econômicas apresentadas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.
13. Nos preços propostos já estão incluídas eventuais vantagens e/ou abatimentos, impostos, taxas e encargos sociais, obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais, assim como despesas com transportes e deslocamentos e outras quaisquer que incidam sobre o fornecimento.
14. Caso abrangida pela Lei Complementar nº 123/2006, declaração de enquadramento.
15. Assume compromisso e responsabilidade com a Sustentabilidade Ambiental conforme previsto no artigo 5º da IN/SLTI/MPOG 01/2010, respeitando as normas de proteção do meio ambiente.



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

16. Está plenamente ciente do teor e das implicações jurídicas sobre as declarações acima emitidas e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

17. A proposta apresentada foi elaborada de forma independente, sem qualquer acordo, ajuste, comunicação ou troca de informações com outros licitantes, visando fraudar ou frustrar o caráter competitivo do certame.

18. Comunicará formalmente à Administração, de forma imediata, qualquer alteração em seus dados cadastrais, incluindo, mas não se limitando a: razão social, nome fantasia, quadro societário, representantes legais, endereço, e-mail, telefone e demais informações relevantes à execução contratual ou à participação no certame, assumindo inteira responsabilidade pelos efeitos decorrentes da omissão ou atraso na comunicação.

19. Os dados de contato informados abaixo são válidos, atualizados e aptos ao recebimento de comunicações oficiais, comprometendo-se a mantê-los atualizados durante toda a vigência do certame e eventual contratação, responsabilizando-se integralmente por quaisquer prejuízos decorrentes da ausência de atualização ou de informações incorretas, inclusive quanto à perda de prazos, intimações ou comunicações formais.

Dados de Contato	
Telefone(s)	
E-mail(s)	

Por ser a expressão da verdade e de nossa livre vontade, firmamos a presente para os fins de direito a que se destina.

Local e data

---

Assinatura Eletrônica



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

**TERMO DE RESPONSABILIDADE - COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**  
PROCESSO ADMINISTRATIVO 09/2026

Eu, \_\_\_\_\_, matrícula nº \_\_\_\_\_, lotado na Câmara Municipal de Ubá, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do processo licitatório concorrência eletrônica nº 01/2026, realizado pelo(a) Câmara Municipal de Ubá, 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 à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

1. Não divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;
2. 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;
3. Não exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;
4. Não atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
5. Não praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;
6. Não receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e
7. Não prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

XX de XXXXXX de 2026

---

Assinatura do Servidor



**CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ**  
Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

**TERMO DE RESPONSABILIDADE E CONFIDENCIALIDADE - SUBCOMISSÃO TÉCNICA**  
PROCESSO ADMINISTRATIVO 09/2026

Eu, \_\_\_\_\_, nacionalidade \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_, profissão \_\_\_\_\_, portador(a) do RG nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, residente e domiciliado(a) à \_\_\_\_\_, na qualidade de membro da Subcomissão Técnica constituída para análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas na Concorrência 01/2026 da Câmara Municipal de Ubá, destinada à contratação de serviços de publicidade institucional, educativa e de utilidade pública no âmbito da Administração Pública Municipal, declaro, para os devidos fins, que:

Ubá, serão praticados:

1. Comprometo-me a exercer as atribuições inerentes a Subcomissão Técnica com absoluta observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, isonomia, julgamento objetivo e interesse público, nos termos da Constituição Federal, da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021.
2. Declaro que atuarei com independência técnica, imparcialidade e estrita observância aos critérios objetivos estabelecidos no Edital e em seus anexos, abstendo-me de qualquer conduta que possa comprometer a lisura, a transparência ou a credibilidade do procedimento licitatório;
3. Comprometo-me a preservar o sigilo e a confidencialidade de todas as informações, documentos, dados, conteúdos técnicos, peças publicitárias, estratégias, propostas e quaisquer outros elementos aos quais tiver acesso em razão de minha atuação na Subcomissão Técnica, especialmente quanto à autoria das propostas técnicas, até o encerramento formal da fase de julgamento e enquanto perdurar o dever legal de sigilo.
4. Declaro não possuir vínculo funcional, contratual, comercial, econômico ou pessoal, direto ou indireto, com quaisquer das licitantes participantes do certame, nem situação que configure impedimento ou suspeição, comprometendo-me a comunicar imediatamente à autoridade competente qualquer fato superveniente que possa caracterizar conflito de interesses.
5. Tenho ciência de que o descumprimento das obrigações assumidas neste Termo poderá ensejar a aplicação das sanções administrativas, civis e penais cabíveis, nos termos da legislação vigente, especialmente da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras responsabilidades apuradas pelos órgãos de controle.

E, por estar de pleno acordo com as condições acima, firmo o presente termo, para que produza seus efeitos legais.

XX de XXXXXX de 2026

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Declarante



# **ANEXO V**

## **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR PROCESSO ADMINISTRATIVO 09/2026

#### 1. INTRODUÇÃO

1.1. Este Estudo Técnico Preliminar tem como objetivo embasar a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, cujo objeto inclui atividades de consultoria, estudos, pesquisas de opinião, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa, distribuição e agenciamento junto a veículos e demais meios de divulgação de peças publicitárias e propaganda institucional de interesse da Câmara Municipal de Ubá.

1.2. A contratação abrange os seguintes serviços:

1.2.1. Prestação de serviços de consultoria e planejamento na área de publicidade, propaganda, divulgação, comunicação social, marketing, design, programação visual.

1.2.2. Criação, produção, veiculação e distribuição de: Programas de rádio e TV; Campanhas publicitárias institucionais e legais em diferentes mídias (rádio, TV, jornais, revistas, internet e redes sociais como YouTube, Facebook, Instagram, entre outras); Materiais impressos como jornais, outdoors, minidoors, revistas, panfletos, folders e similares.

1.2.3. Realização de estudos e pesquisas para identificar veículos de divulgação mais adequados às campanhas educativas e serviços do Legislativo, com base em fatores como área de abrangência, audiência e custo.

1.2.4. Formulação e execução do Plano de Comunicação, mediante anuência da Diretoria de Comunicação e Diretoria Geral.

1.2.5. Intermediação na veiculação de peças publicitárias em meios de comunicação tradicionais e alternativos (Backbus - propaganda atrás do ônibus, painéis de LED interativos, entre outros).

1.2.6. Criação de identidade visual e slogans.

1.3. Os projetos contratados devem ter caráter institucional, educativo, informativo e de orientação social, englobando as etapas de estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação e distribuição de materiais.

1.4. Nos termos do art. 6º, inciso XX, da Lei nº 14.133/2021, o Estudo Técnico Preliminar é o documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução, enquanto nos termos do art. 18º, inciso XX, da Lei nº 14.133/2021, é o documento que evidencia e analisa a viabilidade técnica e econômica da contratação.

1.5. A elaboração do presente documento foi conduzida pelo Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá, setor requisitante, responsável pela avaliação e validação dos aspectos técnicos e operacionais envolvidos.

#### 2. PREVISÃO NO PCA

2.1. O objeto da contratação está devidamente previsto no Plano de Contratações Anual (PCA) para o exercício de 2026, conforme registrado no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) sob o ID nº 20353488000148-0-000001/2026, com data de publicação em 11 de setembro de 2025, correspondendo ao item 143 do referido plano.

#### 3. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

3.1. A presente contratação tem por finalidade atender à necessidade institucional da Câmara Municipal de Ubá de assegurar a adequada execução das atividades de comunicação pública, compreendendo o planejamento, a concepção, a criação, a produção, a execução, a intermediação e a veiculação de ações de publicidade e propaganda institucional, com caráter informativo, educativo e de orientação social, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.2. O princípio da publicidade, compreendido também sob a ótica do dever de informação, impõe à Administração Pública a obrigação de assegurar ampla, clara e acessível transparência de seus atos, programas, projetos e decisões. Em um Estado Democrático de Direito, no qual o poder emana do povo, nos termos do art. 1º, parágrafo único, da Constituição Federal, não se admite a ocultação ou restrição indevida de informações de interesse coletivo ou geral, tampouco daquelas que impactem diretamente direitos individuais ou coletivos.

3.3. Nesse contexto, a publicidade administrativa não se esgota na mera divulgação formal de atos oficiais, exigindo-se uma atuação proativa, estratégica e inteligível por parte do Poder Público, capaz de garantir que a informação alcance efetivamente os cidadãos, em linguagem adequada e por meios compatíveis com a realidade social e tecnológica local.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

3.4. Sob essa perspectiva, a comunicação institucional qualificada assume papel instrumental para a concretização do princípio da publicidade, previsto no art. 37 da Constituição Federal, na medida em que viabiliza não apenas a transparência passiva, mas também a transparência ativa, ampliando o acesso à informação, fomentando o controle social e fortalecendo a legitimidade das ações do Poder Legislativo municipal.

3.5. Ainda, fortalecendo o encadeamento de informações apresentadas João Paulo Silveira, responsável por ministrar o curso virtual "Contratação de serviços de publicidade na administração pública – CGU" da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP), discorre:

*A publicidade governamental não visa vender um produto ou serviço, mas sim divulgar políticas públicas. Isso inclui informar, conscientizar e orientar a população sobre ações, programas, serviços e resultados de interesse coletivo. Ainda, seu objetivo não é comercial, mas sim mobilizar o cidadão para uma ação (como vacinar-se, declarar o Imposto de Renda ou participar de um programa social) ou prestar contas das ações do governo, promovendo transparência e fortalecendo a cidadania. Nesse contexto, podemos definir: Publicidade governamental é uma estratégia de comunicação utilizada por órgãos públicos para divulgar políticas públicas, por meio da compra de espaços em veículos de comunicação, com o objetivo de prestar contas à sociedade*

3.6. Atualmente, a comunicação institucional da Câmara encontra-se estruturada por meio do Contrato Administrativo nº 011/2021, oriundo do Processo Licitatório nº 26/2021, na modalidade Concorrência Pública nº 02/2021, celebrado sob a égide da Lei nº 8.666/1993. Referido instrumento contratual teve sua vigência regularmente prorrogada ao longo de sua execução, em estrita observância aos limites legais então aplicáveis, de modo a assegurar a continuidade dos serviços e a preservação do interesse público. Não obstante a regularidade das prorrogações realizadas, o contrato encontra-se atualmente em fase final de vigência, com término previsto para julho de 2026, não sendo juridicamente possível a realização de novas prorrogações. Tal circunstância impõe à Administração o dever de promover, de forma tempestiva e planejada, a instauração de novo processo de contratação.

3.7. A ausência de adoção antecipada das providências necessárias poderá acarretar a descontinuidade dos serviços de publicidade institucional, com impactos diretos na divulgação de atos oficiais, na transparência pública e na comunicação com a sociedade, configurando risco relevante à regularidade administrativa e ao cumprimento das funções institucionais do Poder Legislativo.

3.8. O problema central a ser enfrentado não se limita à substituição formal de um contrato vigente, mas à necessidade de reestruturação do modelo de comunicação pública adotado, de modo a torná-lo mais eficiente, integrado e aderente às atuais demandas informacionais da sociedade e às dinâmicas contemporâneas dos meios de comunicação. A ausência de uma estratégia estruturada e tecnicamente orientada de comunicação institucional compromete a efetividade da publicidade dos atos públicos, reduz o alcance das informações disponibilizadas e limita a capacidade de engajamento da sociedade com as ações do Poder Legislativo.

3.9. Além disso, a evolução dos canais de comunicação, com destaque para os meios digitais, redes sociais e plataformas multimídia, exige abordagem integrada, planejamento estratégico e domínio técnico especializado, sob pena de dispersão de esforços, ineficiência na aplicação dos recursos públicos e baixa efetividade das campanhas institucionais. No cenário atual, a execução direta dessas atividades pela estrutura administrativa da Câmara revela-se inviável, tanto pela ausência de equipe técnica multidisciplinar especializada, quanto pela complexidade inerente aos serviços de publicidade, que envolvem etapas interdependentes de planejamento, criação, produção, mídia e avaliação de resultados.

3.10. Adicionalmente, verifica-se a necessidade de reavaliar os parâmetros financeiros e operacionais do modelo vigente, considerando a defasagem natural decorrente do tempo, as mudanças nas práticas de mercado e a necessidade de melhor alocação dos recursos públicos destinados à publicidade institucional.

3.11. Por fim, a presente contratação se justifica como medida necessária não apenas para assegurar a continuidade dos serviços, mas sobretudo para corrigir fragilidades estruturais, aprimorar a comunicação institucional e garantir que a atuação da Câmara Municipal de Ubá alcance, de forma clara e acessível, a população que dela é destinatária.

## 4. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

4.1. Para a elaboração deste documento, foi adotado como base normativa os principais instrumentos legais que regem as contratações públicas e arquivos complementares necessários a particularidade do objeto contratado, em especial:

4.1.1. Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências;



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

4.1.2. Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, que é a Lei de Licitações e Contratos Administrativos;

4.1.3. - Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências;

### 5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1. Os requisitos da contratação observarão a base normativa indicada no tópico anterior deste Estudo Técnico Preliminar, bem como as disposições constantes dos documentos que compõem a fase interna da contratação, incluindo este documento, o Termo de Referência, o Edital e seus anexos.

5.2. Somente poderão participar desta licitação as empresas qualificadas como agências de propaganda nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, legalmente constituídas, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme disposto no art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Estudo Técnico e de seus anexos.

5.3. A execução dos serviços observará, ainda, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, bem como as práticas consolidadas do mercado publicitário brasileiro, assegurando transparência, ética profissional e adequada remuneração das agências de propaganda e dos demais fornecedores envolvidos nas ações de comunicação.

5.4. Os serviços a serem contratados compreendem o conjunto de atividades previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, envolvendo planejamento, criação, produção, execução e distribuição de campanhas publicitárias e demais ações de comunicação institucional, observando ainda o disposto no art. 37, §1º da Constituição Federal.

5.5. Para a elaboração da proposta de preços, serão observadas as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), bem como as referências de valores constantes da tabela de custos e serviços publicitários divulgada pelo SINAPRO-MG, ou outra que venha a substituí-la, vigente à época da licitação, além da proposta limite de honorários a ser apresentada pelas agências participantes do certame.

5.6. Será vedada a participação de empresas em consórcio devido às razões a seguir expostas:

5.6.1. Complexidade e Coordenação Unitária: A natureza dos serviços de publicidade (que envolvem desde consultoria e pesquisa até a criação e execução) exige uma unidade de diretriz criativa e estratégica. A fragmentação da execução entre diferentes empresas consorciadas pode comprometer a identidade visual e o planejamento de comunicação institucional da Câmara.

5.6.2. Suficiência do Mercado: o objeto não possui vulto ou complexidade técnica excepcional que exija a soma de esforços (técnicos ou financeiros) de duas ou mais empresas. Se existem agências individuais plenamente capazes de atender à demanda, a formação de consórcios poderia, inclusive, reduzir a competitividade ao permitir que potenciais concorrentes se unam em um único grupo.

5.6.3. Risco na Responsabilização: A gestão de um contrato de publicidade envolve alta carga de intermediação com veículos de comunicação e fornecedores externos. A execução por consórcio pode dificultar a fiscalização e a atribuição de responsabilidades em caso de falhas na execução técnica ou na prestação de contas dos investimentos em mídia.

5.6.4. Jurisprudência: O Tribunal de Contas da União (TCU) e Tribunais Estaduais entendem que a participação de consórcios é a exceção, e sua vedação é legítima desde que justificada pelo administrador. (Súmula nº 283 do TCU).

### 6. QUANTITATIVOS E PARCELAMENTO

6.1. A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual visto que, diferentemente de objetos de natureza comum, as especificidades do trabalho prestado pelas agências de publicidade e propaganda, que é diverso, complexo e essencialmente inovador impossibilitam a definição de um rol taxativo de serviços a serem prestados. Cada campanha, ou ação de comunicação, ensejará um plano específico oriundos do planejamento estratégico do Legislativo Municipal e os serviços incluídos serão definidos a partir de objetivos, abrangência, público-alvo, disponibilidade de recursos, complexidade da mensagem que se deseja passar, duração, entre outros.

6.2. Ademais, conforme destacado pelo Ministro Benjamin Zymler (TCU, Acórdão n. 3233/2010 - Plenário, sessão de 01/12/2010):

*"O serviço de publicidade, mesmo sendo divisível contratualmente, não o é para efeito de licitação, tanto da perspectiva econômica, quanto da de utilidade. Isto porque, além de ser dispendioso o lançamento de uma licitação para cada campanha, quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem*



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

*como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades."*

6.3. Dessa forma, conforme mencionado anteriormente, a contratação será feita para atender as demandas com publicidade institucional da Câmara Municipal de Ubá que surgirem durante a vigência da contratação, portanto, o valor global da contratação será meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos ao Contratado dependerão dos quantitativos dos serviços efetivamente prestados.

6.4. Corroborando com a ideia de indivisibilidade do serviço de publicidade, a própria Lei Federal nº 12.232/2010, conceitua que "considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente", sendo assim, a própria conceituação do objeto proposto pressupõe a integralidade das atividades de publicidade e o não parcelamento do mesmo, visto que os serviços de publicidade são complementares entre si e integrantes do rol de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas ou loteáveis.

## 7. LEVANTAMENTO DE MERCADO

7.1. Diante da necessidade do objeto deste estudo e da exigência legal dos serviços de publicidade serem prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, foi feito o levantamento das licitações anteriores realizadas pelo Legislativo Municipal, bem como por outros entes públicos. Foram avaliadas alternativas para atendimento da necessidade institucional de comunicação e divulgação das ações da Câmara Municipal de Ubá.

7.2. A primeira alternativa considerada seria a execução direta das atividades de publicidade pelos próprios servidores da Câmara. Entretanto, essa solução mostrou-se inviável diante indisponibilidade de servidores que detenham a expertise suficiente para executar o objeto, cujas atividades demandam, necessariamente, conhecimentos técnicos especializados nas áreas de planejamento estratégico de comunicação, criação publicitária, produção de peças e gestão de campanhas em diferentes meios de comunicação.

7.3. Outra possibilidade analisada seria a contratação de serviços de comunicação de forma fragmentada, por meio de diversos fornecedores distintos, tais como serviços de design gráfico, produção audiovisual, planejamento de mídia e contratação direta de espaços publicitários em veículos de comunicação. Contudo, essa alternativa poderia comprometer a integração das estratégias de comunicação, dificultar a gestão das campanhas institucionais e gerar maior complexidade administrativa na condução, gestão e fiscalização das contratações.

7.4. Dessa forma, concluiu-se que a solução mais adequada é a contratação de agência de propaganda especializada, responsável pelo planejamento, criação, produção e execução das ações de publicidade institucional, assegurando maior eficiência, padronização das estratégias de comunicação e melhor gestão dos recursos públicos.

## 8. MODALIDADE DE CONTRATAÇÃO

8.1. Para posterior seguimento do tramite desta licitação, indica-se como modalidade a Concorrência, conforme art. 28, inciso II da Lei nº 14.133/2021, com a adoção do critério de julgamento "técnica e preço". A escolha, no caso de serviços de publicidade, não é apenas uma opção discricionária, mas um cumprimento estrito à legislação federal vigente, fundamentado pelo que segue:

8.1.1. A contratação de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda é regida pela Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas específicas para este setor. O Art. 5º desta lei determina expressamente que as licitações para esses serviços devem adotar obrigatoriamente os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

8.1.2. Vedação ao Pregão: Por envolver atividade predominantemente intelectual e criativa, a jurisprudência e a lei afastam o uso do Pregão (menor preço), pois o serviço de publicidade não pode ser considerado um "bem ou serviço comum".

8.1.3. Diferente de serviços padronizados, a publicidade exige conceituação, concepção e criação. O julgamento por técnica e preço permite que a Câmara Municipal de Ubá avalie: a capacidade estratégica da agência; a qualidade das soluções propostas para os desafios de comunicação do Legislativo; o repertório e a qualificação da equipe técnica que executará o serviço.

8.1.4. O critério de técnica e preço busca o equilíbrio entre a qualidade e o custo. Através da ponderação de notas, a Administração garante que não contratará a agência mais barata que possa entregar um serviço ineficaz, nem a mais cara sem justificativa técnica plausível.

8.1.5. Mesmo sob a égide da Lei nº 14.133/2021, a modalidade Concorrência continua sendo a via adequada para serviços de natureza especial onde o critério de técnica e preço é relevante para garantir o interesse público.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

8.2. A concorrência do tipo "técnica e preço" deve ser embasada em *briefing* específico, conforme Anexo deste Estudo Técnico Preliminar, que será divulgado pelo Legislativo Municipal, contendo de forma precisa, clara e objetiva todas as informações suficientes para que os interessados elaborem suas propostas para fins da avaliação técnica que será feita pela subcomissão técnica em conformidade com o disposto no artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

### 9. ESTIMATIVA DE VALOR

9.1. O valor global estimado da contratação para 12 (doze) meses é de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais). Para fins de elaboração do valor estimado, inicialmente foram analisados os gastos com publicidade institucional nos últimos anos, com base nas principais campanhas realizadas no período. Além disso, considerou-se a prática adotada por outras Câmaras Municipais da região Sudeste com população semelhante à de Ubá, em pesquisa realizada no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), onde foram identificados os seguintes valores estimados ou contratados em licitações destinadas à contratação de serviços de publicidade institucional:

Órgão	Habitantes	Valor Anual	Investimento por Habitante
Câmara Jandira/SP	126.356 habitantes	R\$ 500.000,00	R\$ 3,96
Câmara Araguari/MG	117.808 habitantes	R\$ 300.000,00	R\$ 2,54
Câmara Ituiutaba/MG	106.775 habitantes	R\$ 700.000,00	R\$ 6,55
Câmara Ubá/MG	103.365 habitantes	R\$ 180.000,00	R\$ 1,74
Câmara Caieiras/SP	95.032 habitantes	R\$ 800.000,00	R\$ 8,42
Câmara Lorena/SP	87.468 habitantes	R\$ 574.468,36	R\$ 6,57
Câmara Anchieta/ES	30.000 habitantes	R\$ 300.000,00	R\$ 10,00
MÉDIA TOTAL		R\$ 479.209,77	R\$ 4,81
VALOR ESTIMADO (Explicação abaixo)		R\$ 450.000,00	R\$ 4,35

(valor médio obtido a partir dos contratos identificados na pesquisa de mercado)

9.2. Ressalta-se que os valores apresentados correspondem a contratos ou estimativas de contratação identificadas no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), podendo variar conforme o porte do município, o planejamento de comunicação institucional e as prioridades administrativas de cada órgão.

9.3. A análise comparativa demonstra que a média de investimentos entre os órgãos pesquisados alcança o valor aproximado de R\$ 479.209,77, evidenciando que o montante atualmente praticado pela Câmara Municipal de Ubá, correspondente a R\$ 180.000,00, encontra-se significativamente inferior ao observado em instituições legislativas de porte semelhante, o que reforça a necessidade de adequação do montante destinado às ações de comunicação institucional.

9.4. Como forma complementar de análise comparativa, foi realizado também o cálculo aproximado do investimento anual em publicidade institucional por habitante nos órgãos pesquisados. O resultado indica variações entre aproximadamente R\$ 2,54 e R\$ 10,00 por habitante ao ano.

9.5. Considerando o valor estimado de R\$ 450.000,00 para a presente contratação e a população aproximada de 103.365 habitantes do município de Ubá, o investimento corresponderia a cerca de R\$ 4,35 por habitante ao ano, posicionando-se em patamar intermediário entre os órgãos analisados.

9.6. Observa-se, ainda, que os valores identificados no levantamento apresentam significativa variação entre os órgãos pesquisados, oscilando entre aproximadamente R\$ 180.000,00 e R\$ 800.000,00 anuais. Tal amplitude demonstra que não há um valor único de referência para contratação de serviços de publicidade institucional, uma vez que os montantes dependem diretamente do planejamento de comunicação, das prioridades institucionais e da disponibilidade orçamentária de cada órgão público.

9.7. No âmbito do planejamento orçamentário da Câmara Municipal de Ubá, registra-se que o Plano de Contratações Anual (PCA) e a Lei Orçamentária Anual (LOA) inicialmente previram recursos estimados da ordem de R\$ 225.000,00 para a realização de ações publicitárias institucionais, valor este já superior ao contrato atualmente vigente.

9.8. Considerando a evolução das demandas relacionadas à transparência pública, divulgação das atividades legislativas, campanhas institucionais e prestação de contas à população, bem como a defasagem do valor atualmente praticado, verifica-se que uma ampliação proporcional dos recursos destinados à publicidade institucional mostra-se necessária para garantir a adequada execução das ações de comunicação pública.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

9.9. Nesse contexto, observa-se que a simples duplicação do valor inicialmente previsto no planejamento orçamentário (R\$ 225.000,00) resultaria em um montante aproximado de R\$ 450.000,00 anuais, valor que ainda permaneceria inferior à média identificada na pesquisa de mercado (R\$ 479.209,77), evidenciando que tal parâmetro estaria plenamente alinhado com os valores praticados por órgãos públicos de porte semelhante.

9.10. Dessa forma, considerando o planejamento orçamentário da Administração, o histórico de execução contratual e os valores identificados na pesquisa de mercado, adotou-se como estimativa para a presente contratação o montante anual de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).

9.11. O referido valor corresponde à duplicação do montante inicialmente previsto no Plano de Contratações Anual (PCA) e na Lei Orçamentária Anual (LOA), estimado em R\$ 225.000,00, e representa uma ampliação necessária para viabilizar a adequada execução das ações de comunicação institucional da Câmara Municipal de Ubá.

9.12. Ressalta-se que, mesmo com a ampliação proposta, o valor estimado permanece inferior à média identificada na pesquisa de mercado, calculada em aproximadamente R\$ 479.209,77, o que demonstra a adoção de critério de razoabilidade, proporcionalidade e prudência administrativa na definição do montante estimado para a contratação.

9.13. Cabe ressaltar que o valor previsto possui caráter meramente estimativo, destinando-se a atender as demandas de publicidade institucional que venham a surgir durante a vigência da contratação, de forma que os pagamentos ao contratado dependerão dos quantitativos de serviços efetivamente executados.

9.14. Dessa forma, a Câmara Municipal de Ubá reserva-se o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos estimados, conforme as necessidades institucionais verificadas ao longo da execução contratual.

9.15. Ressalta-se que a execução das ações publicitárias ocorrerá mediante planejamento prévio das campanhas institucionais e autorização da Administração, por meio de Ordens de Serviço específicas, observando-se os princípios da economicidade, eficiência, publicidade e interesse público na aplicação dos recursos públicos.

## 10. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

10.1. Os serviços de publicidade compreendem as ações publicitárias destinadas à divulgação de atos, programas, serviços e campanhas da Câmara Municipal, compreendendo 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 peças e campanhas de interesse governamental aos veículos e demais meios de divulgação, conforme estipulado no art. 2º, caput, da Lei Federal nº 12.232/10.

10.2. Além dos serviços descritos acima, poderão ser executadas as atividades complementares definidas no § 1º do mesmo artigo e lei, sendo: (i) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; (ii) a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e; (iii) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

10.3. A solução contratada deverá atender às seguintes demandas de forma abrangente e integrada:

10.3.1. Consultoria e Planejamento: Prestação de serviços nas áreas de publicidade, propaganda, divulgação, comunicação social, marketing, design, programação visual e desenvolvimento de homepages para divulgação via internet.

10.3.2. Comunicação Digital e Redes Sociais: Os serviços também poderão contemplar ações de comunicação digital, incluindo planejamento e execução de campanhas em ambientes digitais, gestão e impulsionamento de conteúdo nas redes sociais institucionais da Câmara Municipal de Ubá, desenvolvimento de peças publicitárias para plataformas digitais, monitoramento de desempenho de campanhas online, mensuração de indicadores de desempenho (KPIs), segmentação de público, produção de conteúdo multimídia, bem como a utilização de ferramentas tecnológicas destinadas a ampliar o alcance das mensagens institucionais e avaliar métricas de alcance e engajamento das ações de comunicação online.

10.3.3. Criação, Produção, Veiculação e Distribuição de Peças Publicitárias: Criação, produção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, anúncios e publicidades institucionais e legais em diversas mídias (rádio, TV, jornais, revistas, internet e ambientes digitais, incluindo plataformas como YouTube, Facebook, Instagram, portais de notícias, aplicativos móveis e outras mídias digitais que venham a ser utilizadas como canais de comunicação institucional), bem como materiais impressos diversos, como jornais, outdoors, minidoors, revistas, panfletos e folders.

10.3.4. Serviços de Comunicação Institucional: Desenvolvimento de campanhas de lançamento e sustentação de comunicação institucional, educativas e comunitárias, conforme especificação no Anexo I do documento.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

10.3.5. Estudos e Pesquisas: Identificação de veículos de divulgação mais adequados às campanhas educativas e serviços do Legislativo, considerando fatores como natureza, influência, área de abrangência, audiência, eficiência e custo.

10.3.6. Publicações Impressas e Materiais Diversos: Elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas diversas para divulgação institucional, incluindo jornais, outdoors, minidoors, barramentos, empenas, backlights, triedros, busdoors, front lights, revistas, panfletos e folders.

10.3.7. Promoção e Divulgação Institucional: Assessoria ao Contratante na área de promoção e divulgação de interesse institucional, incluindo a formulação do Plano de Comunicação, quando requisitado, e execução do Plano de Comunicação mediante anuência da Diretoria de Comunicação.

10.3.8. Intermediação e Veiculação: Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos (Backbus - propaganda atrás do ônibus, painéis de LED interativos, entre outros).

10.3.9. Criação de Identidade Visual e Slogans: Desenvolvimento de identidade visual e slogans institucionais.

10.3.10. Execução Sob Demanda: Atendimento das solicitações por meio de Ordens de Serviço (OS), respeitando as necessidades e análises situacionais da Câmara Municipal de Ubá. Essa solução visa garantir que as campanhas e serviços do Poder Legislativo sejam amplamente divulgados e compreendidos pela sociedade, atendendo aos objetivos institucionais de comunicação.

10.4. Os serviços descritos poderão ser executados de forma integrada ou isolada, conforme as necessidades institucionais da Câmara Municipal de Ubá, sempre mediante autorização prévia da Administração e formalização por Ordem de Serviço. Ressalta-se ainda que não há como vincular todas as ações de comunicação as quais se pretende executar durante a vigência dos contratos, pois, o detalhamento excessivo pode "engessar" a máquina administrativa na busca pelo atingimento de sua finalidade maior na área da publicidade, que é estabelecer um diálogo permanente com a sociedade, disseminar informações de seu interesse, ampliar a participação, o controle social e a transparência das ações de governo.

10.5. Poderão ser utilizados recursos tecnológicos e estratégias de comunicação digital, tais como campanhas em redes sociais, impulsionamento de conteúdo institucional, produção de vídeos para plataformas digitais, monitoramento de indicadores de alcance e engajamento e desenvolvimento de soluções inovadoras de comunicação pública, visando ampliar a transparência e a participação da sociedade nas atividades do Poder Legislativo.

10.6. Desta forma, tem-se de maneira ampla que as hipóteses de utilização dos serviços ocorrem para os casos de "criação e desenvolvimento das ações de comunicação"; de "produção e execução das peças e materiais publicitários", e; de "contratação de espaço para veiculação das peças ou campanhas publicitárias".

10.7. Os serviços a serem realizados na vigência do contrato são aqueles executados pela própria agência contratada, e serviços executados por terceiros e supervisionados pela agência de publicidade, nas seguintes hipóteses:

10.7.1. para produção de pesquisas de opinião para analisar a qualidade dos serviços e imagem institucional da Câmara;

10.7.2. para veiculação de peças e materiais que proporcionam às agências de publicidade o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

10.7.3. para a produção de peças e materiais que não proporcionam às agências de publicidade o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

10.7.4. de apoio direto à gestão de publicidade que não proporcionam às agências de publicidade o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

## 11. RESULTADOS PRETENDIDOS

11.1. A contratação de agência de propaganda visa dar efetividade ao princípio constitucional da publicidade, garantindo que as ações e serviços da Câmara Municipal de Ubá cheguem ao conhecimento da população de forma clara e estratégica. Os resultados pretendidos com esta contratação são:

11.1.1. Fortalecimento da Transparência Pública: Garantir que a população de Ubá seja informada sobre as atividades legislativas, projetos de lei, audiências públicas e fiscalizações realizadas pela Edilidade, promovendo o exercício da cidadania.

11.1.2. Eficiência na Comunicação Institucional: Otimizar a aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação, assegurando que as peças publicitárias alcancem o público-alvo correto por meio de planejamento de mídia técnico e fundamentado em dados.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

11.1.3. Unidade de Linguagem e Identidade Visual: Padronizar a comunicação da Câmara, criando uma identidade visual sólida e uma linguagem acessível que facilite o reconhecimento das ações do Poder Legislativo pelo cidadão.

11.1.4. Engajamento e Participação Popular: Estimular a participação direta do cidadão nos canais de comunicação da Câmara (redes sociais, portal institucional e eventos), mensurando o crescimento das interações e o alcance das publicações.

11.1.5. Qualidade Técnica e Criativa: Elevar o padrão das peças produzidas (vídeos, artes gráficas, campanhas educativas), garantindo que a mensagem institucional seja transmitida com profissionalismo e criatividade, evitando ruídos de comunicação.

11.1.6. Gestão Especializada de Mídia e Contratos: Obter suporte técnico para a negociação com veículos de comunicação e fornecedores externos, assegurando as melhores tabelas de preços e o fiel cumprimento das execuções contratuais (clipping e comprovação de veiculação).

11.2. Para mensurar estes resultados, poderão ser utilizados indicadores como: Relatórios de Alcance e Frequência das campanhas; Relatórios de métricas digitais (engajamento/seguidores); Pesquisas de opinião; e Relatórios de economia gerada em negociações de mídia.

## 12. PROVIDÊNCIAS A SEREM TOMADAS

12.1. Previamente à celebração do contrato, a Administração deverá adotar as providências administrativas necessárias para assegurar a adequada execução dos serviços a serem contratados. Nesse contexto, deverá ser verificada a compatibilidade da contratação com o planejamento institucional da Câmara Municipal de Ubá, especialmente em relação às previsões constantes do Plano de Contratações Anual (PCA) e da Lei Orçamentária Anual (LOA). Considerando que o valor estimado definido neste Estudo Técnico Preliminar é superior ao montante inicialmente previsto nesses instrumentos de planejamento, poderão ser promovidos os ajustes administrativos e orçamentários necessários para viabilizar a contratação, observando-se as normas de planejamento e execução orçamentária aplicáveis.

12.2. Deverá ser providenciada a designação formal do gestor e do fiscal do contrato, preferencialmente servidores que possuam conhecimento ou atuação relacionada às áreas de comunicação institucional, administração ou gestão contratual, os quais serão responsáveis pelo acompanhamento da execução contratual, fiscalização dos serviços prestados e verificação do cumprimento das obrigações contratuais.

12.3. Caso necessário, poderá ser promovida capacitação ou orientação aos servidores designados para atuar na gestão e fiscalização do contrato, com o objetivo de aprimorar o acompanhamento técnico, administrativo e legal da execução contratual, observando as disposições da Lei Federal nº 14.133/2021.

12.4. No que se refere aos procedimentos preparatórios da contratação, deverá ser finalizada a elaboração dos documentos técnicos que instruirão o processo licitatório, especialmente o Termo de Referência e o Briefing da campanha simulada, contendo todas as informações necessárias para orientar a elaboração das propostas técnicas pelas agências participantes, em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010.

12.5. Também será necessária a organização prévia das principais demandas institucionais de comunicação, reunindo informações sobre campanhas institucionais previstas, ações de divulgação legislativa e atividades institucionais que demandem apoio publicitário, de modo a facilitar o planejamento inicial das ações pela agência contratada.

12.6. Por fim, deverão ser definidos mecanismos de acompanhamento e avaliação dos serviços prestados, incluindo a elaboração de relatórios periódicos de execução das campanhas publicitárias e a adoção de indicadores que permitam avaliar a efetividade das ações de comunicação institucional, assegurando maior transparência, eficiência e controle na aplicação dos recursos públicos destinados à publicidade institucional.

12.7. A adoção dessas providências permitirá que a Administração esteja adequadamente estruturada para a celebração e execução do contrato, garantindo maior eficiência na gestão dos serviços de publicidade institucional e contribuindo para o fortalecimento da transparência e da comunicação entre a Câmara Municipal de Ubá e a sociedade.

## 13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

13.1. Não existe em andamento contratações correlatas ou interdependentes que venham a interferir ou merecer maiores cuidados no planejamento da futura contratação.

## 14. IMPACTOS AMBIENTAIS

14.1. A contratação de serviços de publicidade institucional possui natureza predominantemente intelectual e estratégica, envolvendo atividades como planejamento de comunicação, criação publicitária, produção de peças e gestão de campanhas em diferentes meios de comunicação. De modo geral, tais atividades apresentam baixo potencial de impacto



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

ambiental direto. Ainda assim, algumas etapas relacionadas à produção de materiais de divulgação podem gerar impactos ambientais pontuais que devem ser considerados no planejamento da contratação.

14.2. Entre os possíveis impactos ambientais associados à execução dos serviços, destaca-se a eventual produção de materiais gráficos impressos, como folders, cartazes, banners ou outros materiais de divulgação institucional. A produção desses materiais pode implicar consumo de recursos naturais, especialmente papel, tintas e outros insumos gráficos, além da geração de resíduos sólidos decorrentes do processo de impressão ou da substituição de materiais de divulgação.

14.3. Outro aspecto a ser considerado refere-se ao consumo indireto de energia elétrica decorrente da utilização de equipamentos tecnológicos e recursos digitais utilizados na criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias, tais como computadores, equipamentos de edição audiovisual, servidores digitais e plataformas de divulgação online.

14.4. Considerando esses possíveis impactos, ainda que de baixa relevância ambiental, recomenda-se que a execução contratual observe práticas que contribuam para a redução dos impactos ambientais associados às atividades publicitárias. Nesse sentido, sempre que viável, poderá ser priorizada a utilização de materiais produzidos com insumos sustentáveis, como papel reciclado ou proveniente de manejo florestal responsável, bem como tintas e materiais gráficos que possuam menor impacto ambiental.

14.5. Também se recomenda que as campanhas institucionais priorizem, sempre que possível, meios de divulgação digitais, como portais institucionais, redes sociais e plataformas eletrônicas de comunicação, reduzindo a necessidade de produção de materiais impressos e contribuindo para a diminuição do consumo de recursos naturais. Nos casos em que a produção de materiais físicos seja necessária, deverá ser observada a adequada destinação dos resíduos gerados, incentivando-se práticas de reutilização, reciclagem ou descarte ambientalmente adequado dos materiais utilizados nas ações de divulgação institucional.

14.6. Dessa forma, considerando a natureza dos serviços a serem contratados, conclui-se que os impactos ambientais decorrentes da contratação são reduzidos e de baixa complexidade, podendo ser adequadamente mitigados por meio da adoção de boas práticas de sustentabilidade e racionalização do uso de recursos naturais durante a execução das ações de comunicação institucional da Câmara Municipal de Ubá

## 15. CONCLUSÃO E VIABILIDADE

15.1. A contratação de serviços de publicidade institucional apresenta-se como medida viável, necessária e adequada para atender às demandas de comunicação pública da Câmara Municipal de Ubá. A realização da contratação permitirá o planejamento, a criação, a produção e a execução de campanhas institucionais destinadas à divulgação das atividades legislativas, à promoção da transparência pública e ao fortalecimento da relação entre o Poder Legislativo e a sociedade.

15.2. Do ponto de vista institucional, a contratação encontra-se alinhada às necessidades da Administração Pública no que se refere à ampliação dos mecanismos de transparência, prestação de contas e divulgação das ações desenvolvidas pelo Poder Legislativo Municipal. A adequada comunicação das atividades parlamentares, projetos legislativos, serviços prestados à população e campanhas institucionais contribui para o fortalecimento da cidadania, para o acesso à informação e para a participação social nas atividades do Legislativo.

15.3. Sob o aspecto técnico, a contratação de agência de propaganda especializada, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, mostra-se a alternativa mais adequada para atender à complexidade das atividades relacionadas à comunicação institucional. A atuação de agência especializada possibilita a integração entre planejamento estratégico de comunicação, criação publicitária, produção de peças, planejamento de mídia e gestão das campanhas institucionais, assegurando maior qualidade técnica, eficiência e profissionalização das ações de comunicação pública.

15.4. No aspecto econômico, a estimativa de valor estabelecida neste Estudo Técnico Preliminar mostra-se compatível com os parâmetros identificados em pesquisa de mercado realizada junto a outras Câmaras Municipais de porte populacional semelhante, bem como proporcional às demandas institucionais de comunicação pública da Câmara Municipal de Ubá. A contratação centralizada dos serviços por meio de agência especializada também contribui para maior racionalização administrativa e eficiência na gestão das ações publicitárias.

15.5. Entre os benefícios esperados com a contratação destacam-se a ampliação do alcance das campanhas institucionais, a melhoria na comunicação das atividades legislativas à população, o fortalecimento da transparência institucional e o estímulo à participação cidadã nas atividades do Poder Legislativo. A adequada divulgação de informações de interesse público contribui ainda para a valorização da atuação institucional da Câmara Municipal de Ubá e para o fortalecimento do vínculo entre o Legislativo e a sociedade.

15.6. Ressalta-se, ainda, que os riscos associados à execução dos serviços tendem a ser minimizados por meio da adoção de critérios técnicos rigorosos no processo licitatório, da exigência de qualificação técnica da agência contratada e da



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

estrutura de gestão e fiscalização contratual que será implementada pela Administração, assegurando o acompanhamento adequado da execução das campanhas publicitárias.

15.7. Dessa forma, considerando as análises técnicas, operacionais e econômicas apresentadas neste Estudo Técnico Preliminar, conclui-se que a contratação de serviços de publicidade institucional mostra-se plenamente viável e adequada para atender às necessidades de comunicação pública da Câmara Municipal de Ubá, contribuindo para o fortalecimento da transparência administrativa, da prestação de contas à sociedade e da efetividade das ações institucionais do Poder Legislativo Municipal.

15.8. Quanto à modalidade de licitação, mostra-se juridicamente adequada e recomendável a adoção da modalidade Concorrência, preferencialmente na forma eletrônica, em observância ao art. 28, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, bem como aos princípios da competitividade, da isonomia, da transparência e da obtenção da proposta mais vantajosa.

23 de março de 2026



Documento assinado digitalmente

**DANUBIA DE CASTRO GONCALVES MOTA**

Data: 24/03/2026 15:51:12-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>



**ANEXO VI**  
MINUTA DE CONTRATO



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### CONTRATO N.º XX/2026

PROCESSO ADMINISTRATIVO 09/2026 - CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA 01/2026

A Câmara Municipal de Ubá/Mg, pessoa jurídica de Direito Público, com sede na Rua Santa Cruz, nº 301, centro, nesta cidade de Ubá/MG, inscrita no CNPJ nº 20.353.488/0001-48, neste ato representada por seu Presidente o Senhor José Maria Fernandes, brasileiro, divorciado, aposentado, residente e domiciliado em Diamante de Ubá - Ubá/MG, portador do CPF sob o nº 006.251.358-30, doravante denominado CONTRATANTE, e a empresa \_\_\_\_\_, inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, com escritório matriz estabelecido na \_\_\_\_\_, por intermédio do seu representante legal \_\_\_\_\_, inscrita no CPF sob o n.º \_\_\_\_\_, doravante designado CONTRATADA, resolvem firmar o presente contrato, com fundamento no processo supracitado, em observância às disposições da Lei Federal nº Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e 14.133, de 1º de abril de 2021, bem como demais legislação aplicável, aplicando-se a este instrumento suas disposições irrestrita e incondicionalmente, bem como pelas cláusulas e condições seguintes.

#### 1. OBJETO

1.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo atividades integradas de planejamento, criação, produção, execução, intermediação e veiculação de campanhas institucionais, em diversos meios de comunicação, com caráter informativo, educativo e de orientação social, abrangendo as ações necessárias ao desenvolvimento das atividades publicitárias da Câmara Municipal de Ubá.

1.2. Objeto da contratação:

Item	Descrição	Medida	Valor Total
01	Serviços de Publicidade e Propaganda	Serviço sob Demanda	R\$ 450.000,00

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

1.3.1. Prestação de serviços de consultoria e planejamento na área de publicidade, propaganda, divulgação, comunicação social, marketing, design, programação visual;

1.3.2. Criação, produção, veiculação e distribuição de: Programas de rádio e TV; Campanhas publicitárias institucionais e legais em diferentes mídias (rádio, TV, jornais, revistas, internet e redes sociais como YouTube, Facebook, Instagram, entre outras); Materiais impressos como jornais, outdoors, minidoors, revistas, panfletos, folders e similares;

1.3.3. Realização de estudos e pesquisas para identificar veículos de divulgação mais adequados às campanhas educativas e serviços do Legislativo, com base em fatores como área de abrangência, audiência e custo;

1.3.4. Assessoria na promoção e divulgação de interesse institucional do Poder Legislativo;

1.3.5. Formulação e execução do Plano de Comunicação, mediante anuência da Diretoria de Comunicação e Diretoria Geral;

1.3.6. Intermediação na veiculação de peças publicitárias em meios de comunicação tradicionais e alternativos (backbus, painéis de LED interativos, entre outros);

1.3.7. Criação de identidade visual e slogans.

1.4. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, na forma do art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, para a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e de veículos e demais meios de divulgação necessários à execução do objeto.

1.5. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.5.1. O Estudo Técnico Preliminar;

1.5.2. O Termo de Referência;

1.5.3. O Edital da Licitação;

1.5.4. O Briefing;

1.5.5. A Proposta Técnica;

1.5.6. A Proposta da CONTRATADA;



1.5.7. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

## **2. VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO**

2.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses contados da assinatura do contrato, prorrogável sucessivamente por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

2.1.1. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com a CONTRATADA, bem como à inexistência de registros no Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal (Cadin).

2.2. A CONTRATADA não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

2.3. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

2.4. O contrato não poderá ser prorrogado quando a CONTRATADA tiver sido penalizada nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

2.5. A vigência não gera, para a CONTRATANTE, obrigação de consumo mínimo, nem assegura à CONTRATADA qualquer exclusividade ou direito subjetivo ao esgotamento do valor estimado da contratação.

## **3. MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS**

3.1. A execução do objeto ocorrerá de forma contínua e sob demanda, mediante solicitações formais da CONTRATANTE e emissão de Ordem de Serviço.

3.2. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

## **4. SUBCONTRATAÇÃO E VEDAÇÕES**

4.1. A subcontratação será permitida, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

4.1.1. fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, de acordo com o art. 2º, §1º, c/c o art. 14 da Lei Federal 12.232/2010.

4.1.2. veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia, seja on-line ou offline.

4.2. Somente pessoas físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela contratante, poderão fornecer à contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato. O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela contratada ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

4.3. A subcontratação dependerá de autorização prévia e expressa da Contratante, a ser formalizada pelo Fiscal do Contrato ou autoridade competente, mediante solicitação fundamentada da Contratada, contendo a justificativa da necessidade, a demonstração da vantajosidade e a identificação da empresa a ser subcontratada.

4.4. Para fins de autorização da subcontratação, a Contratada deverá encaminhar à Contratante a documentação de habilitação da empresa subcontratada, compatível com a natureza do objeto a ser executado, incluindo, no que couber:

4.4.1. comprovação de regularidade jurídica, fiscal e trabalhista;

4.4.2. qualificação técnica pertinente ao serviço a ser executado, nos termos do §1º do art. 122, da Lei nº 14.133/2021;

4.5. A subcontratação não estabelece qualquer vínculo jurídico entre a Câmara Municipal de Ubá e a subcontratada, permanecendo a contratada integralmente responsável pela execução do objeto e por eventuais danos causados ao órgão.

4.6. É vedada a contratação de outra agência de publicidade e propaganda para a execução de serviço de publicidade da mesma natureza da contratada.

4.7. É vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica que tenha vínculo técnico, comercial, econômico, financeiro, trabalhista ou civil com dirigente da organização contratante ou com agente público envolvido na licitação, na fiscalização ou na gestão do contrato. A proibição aplica-se ainda a cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau dessas pessoas.

4.8. É vedada a participação de empresas reunidas em consórcios mediante justificativas constantes no Estudo Técnico Preliminar.

4.9. É vedada a veiculação de conteúdos que caracterizem promoção pessoal de agentes públicos, devendo todas as ações publicitárias observar rigorosamente os princípios da impessoalidade, moralidade e interesse público.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

### 5. PREÇO

- 5.1. O valor total estimado da contratação é de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais), não havendo obrigação de consumo integral.
- 5.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.
- 5.3. O valor acima é meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos a CONTRATADA dependerão dos quantitativos efetivamente fornecidos.

### 6. PAGAMENTO

- 6.1. A medição dos serviços será realizada com base nas Ordens de Serviço emitidas pela CONTRATANTE, consideradas as atividades efetivamente executadas, aprovadas e comprovadas documentalmente, conforme verificação do fiscal do contrato.
- 6.2. Para fins de medição e faturamento, poderão ser exigidos, conforme a natureza da demanda: relatórios de execução, peças produzidas, mapas de inserção, comprovantes de exibição ou veiculação, relatórios de mídia, gravações, prints, notas fiscais, faturas, duplicatas quitadas, comprovantes de custos de produção e quaisquer outros documentos que demonstrem a regular execução do objeto.
- 6.3. Após a entrega de cada demanda, a CONTRATADA deverá submetê-la à verificação da CONTRATANTE para aceite inicial. O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de até 03 (três) dias úteis, contado do recebimento da nota fiscal ou do instrumento de cobrança equivalente, após a verificação da conformidade da execução e a consequente aceitação formal.
- 6.4. O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Termo de Referência, anexo a este Contrato.
- 6.5. O pagamento das obrigações contratuais estará condicionado à efetiva execução do objeto contratado e à devida liquidação da despesa.
- 6.6. A liquidação será realizada com base na Nota Fiscal ou documento equivalente apresentado pela contratada, desde que devidamente conferido e aprovado pelo fiscal do contrato, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis após o seu recebimento.
- 6.7. Caso a documentação apresentada contenha incorreções ou inconsistências, esta será devolvida à contratada para correção, iniciando-se novo prazo de até 5 (cinco) dias úteis para pagamento, contados da data da reapresentação dos documentos regularizados e considerados válidos pela Administração.
- 6.8. Nas Notas Fiscais emitidas obrigatoriamente, deverão vir os dados bancários completos da Contratada, sob pena de suspensão do pagamento até a informação correta ser prestada.
- 6.9. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.
- 6.10. Constatando-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 da contratante.
- 6.11. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, a 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.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

6.12. Na hipótese de execução parcial, execução incompleta ou execução em desconformidade, a CONTRATANTE realizará glosa proporcional e pagará exclusivamente a parcela efetivamente executada, aceita e atestada, sem prejuízo da aplicação de sanções e da exigência de correção das falhas.

6.13. Em caso de atraso de pagamento por responsabilidade exclusiva da CONTRATANTE, os valores devidos serão atualizados monetariamente desde o termo final do prazo de pagamento até a data do efetivo adimplemento, mediante aplicação do IPCA.

6.14. No momento do pagamento, serão efetuadas as retenções tributárias previstas na legislação vigente, ressalvadas as hipóteses legais de dispensa, imunidade, não incidência ou tratamento diferenciado, inclusive para optantes do Simples Nacional devidamente comprovado.

### 7. REAJUSTE

7.1. Para fins de reajuste contratual, a data-base do orçamento estimado da contratação é 17 de março de 2026, observando-se o interregno mínimo de 12 (doze) meses, contado dessa data.

7.2. Para os custos internos de execução remunerados à agência, o reajuste, quando cabível, será calculado pela variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, apurado pelo IBGE, ou por outro índice oficial que venha a substituí-lo.

7.3. Para os bens e serviços contratados junto a terceiros, prevalecerão os valores efetivamente praticados no mercado à época da contratação da demanda específica, devidamente comprovados por documentos idôneos, observadas as exigências do Termo de Referência e da legislação de regência.

7.4. Nos casos em que houver referência obrigatória à Tabela do SINAPRO/MG ou a instrumento equivalente, prevalecerão os critérios específicos legalmente estabelecidos e as atualizações da respectiva tabela.

7.5. O reequilíbrio econômico-financeiro poderá ser reconhecido nas hipóteses legais, desde que demonstrado, pela parte interessada, fato superveniente imprevisível, previsível de consequências incalculáveis, caso de força maior, caso fortuito, fato do príncipe ou álea econômica extraordinária, na forma dos arts. 124 e seguintes da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.6. Aplica-se à presente cláusula as demais condições previstas no Termos de Referência.

### 8. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

8.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com o Edital, o Termo de Referência, a proposta vencedora e este contrato.

8.2. Fornecer à CONTRATADA os elementos, informações, diretrizes estratégicas e briefings necessários à execução das demandas no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

8.3. Notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas na prestação dos serviços, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

8.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pela CONTRATADA;

8.5. Efetuar o pagamento a CONTRATADA do valor correspondente à prestação dos serviços, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato.

8.6. Aplicar a CONTRATADA as sanções previstas na lei e neste Contrato;

8.7. Cientificar a Assessoria Jurídica da Câmara para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pela CONTRATADA;

8.8. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

8.8.1. A Administração terá o prazo de 30 dias, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

- 8.9. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo CONTRATADA no prazo máximo de 30 dias
- 8.10. Notificar os emitentes das garantias, se exigida, quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.
- 8.11. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo CONTRATADA com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do CONTRATADA, de seus empregados, propostos ou subordinados.
- 8.12. Divulgar, no sítio oficial e nos meios legais de transparência, as informações relativas à execução do contrato, inclusive a identificação de veículos de divulgação e de fornecedores de bens e serviços especializados contratadas por intermédio da agência, bem como os valores pagos, observado o regime legal aplicável.
- 8.13. Não praticar atos de ingerência indevida na administração interna da CONTRATADA, preservando-se sua autonomia empresarial, sem prejuízo do poder de direção contratual, fiscalização e aplicação de sanções.

## 9. OBRIGAÇÕES DO CONTRATADA

- 9.1. Executar os serviços com observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade, qualidade técnica, acessibilidade da linguagem e aderência aos objetivos institucionais da CONTRATANTE.
- 9.2. Manter estrutura operacional, equipe multidisciplinar, softwares, licenças, equipamentos, estúdios, instrumentos e demais meios compatíveis com o porte e a complexidade do objeto, comprovando, quando exigido, sua capacidade de atendimento.
- 9.3. Cumprir os prazos acordados, inclusive em demandas urgentes, e apresentar solução técnica viável em situações emergenciais justificadas pela Administração.
- 9.4. Indicar e manter preposto com capacidade técnica e autonomia para representar a CONTRATADA perante a CONTRATANTE durante toda a execução do contrato.
- 9.5. Corrigir, refazer, substituir ou adequar, às suas expensas, total ou parcialmente, os serviços rejeitados, com falhas ou em desacordo com as especificações aprovadas.
- 9.6. Responder por todos os danos causados à Administração ou a terceiros, por culpa, dolo, omissão, erro técnico, veiculação indevida ou falha na execução, não se reduzindo essa responsabilidade pela fiscalização exercida pela CONTRATANTE.
- 9.7. Manter, durante toda a vigência contratual, o certificado de qualificação técnica de funcionamento junto ao CENP, ou entidade equivalente admitida em lei, bem como todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.
- 9.8. Observar rigorosamente a legislação de direitos autorais, propriedade intelectual, licenciamento de imagens, trilhas, fontes, animações, softwares, obras audiovisuais e conteúdo de terceiros, comprovando a regularidade documental sempre que solicitado.
- 9.9. Guardar sigilo sobre as informações a que tiver acesso em razão da execução contratual e não divulgar dados, peças, estratégias ou informações envolvendo a CONTRATANTE sem autorização prévia e expressa.
- 9.10. Acompanhar, supervisionar e validar todas as execuções externas realizadas por fornecedores terceiros, garantindo conformidade com os arquivos finais aprovados, com os padrões de qualidade, com os prazos e com as condições previamente ajustadas.
- 9.11. Envidar esforços para obter as melhores condições comerciais junto a fornecedores e veículos, transferindo integralmente à CONTRATANTE as vantagens obtidas nas negociações.
- 9.12. Realizar a curadoria e a validação prévia dos veículos, canais e plataformas digitais contratadas, abstendo-se de incluir meios que divulguem conteúdo ilícito, discriminatório, violento, pornográfico, desinformativo ou incompatível com a finalidade pública da contratação.
- 9.13. Cumprir a legislação eleitoral e todas as normas aplicáveis à comunicação pública, abstendo-se de desenvolver ou veicular conteúdo que configure promoção pessoal, desvio de finalidade ou afronta aos princípios da Administração Pública.
- 9.14. Não subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste contrato.
- 9.15. Não contratar, durante a vigência contratual, cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente da CONTRATANTE ou do fiscal ou gestor do contrato, nos termos do art. 48, parágrafo único, da Lei Federal nº 14.133/2021.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

9.16. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas pelo prazo mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, nos termos do art. 17 da Lei Federal nº 12.232/2010.

9.17. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pela CONTRATANTE e garantir acesso aos documentos relacionados à execução do contrato.

9.18. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, bem como responder pelos prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

### 10. OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

10.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

10.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

10.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

10.4. A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo CONTRATADA.

10.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do CONTRATADA eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

10.6. É dever do CONTRATADA orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

10.7. A CONTRATADA deverá exigir de SUBOPERADORES e SUBCONTRATADAS o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

10.8. O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo a CONTRATADA atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

10.9. A CONTRATADA deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

10.10. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

10.11. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

10.12. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

10.13. Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

### 11. GARANTIA DE EXECUÇÃO

11.1. Não haverá exigência de garantia de execução para a presente contratação.

### 12. DIREITOS AUTORAIS, CESSÃO DE USO E MATERIAIS PRODUZIDOS

12.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, para fins institucionais, os direitos patrimoniais de uso das ideias, estudos, análises, planos, conceitos, campanhas, peças publicitárias, artes, roteiros, fotografias, ilustrações, vídeos, áudios, jingles, trilhas, animações, bancos de imagens, arquivos editáveis, materiais brutos e demais criações intelectuais desenvolvidas no âmbito deste contrato, observadas as condições de reutilização previstas na proposta vencedora e neste instrumento.

12.2. A cessão compreende o direito de utilizar, reproduzir, adaptar, arquivar, divulgar, republicar, disponibilizar em meios físicos ou digitais, armazenar e, quando juridicamente cabível, reutilizar as peças e materiais produzidos, sempre para finalidades públicas e institucionais da CONTRATANTE.

12.3. A CONTRATADA deverá formalizar, por escrito, com empregados, colaboradores, modelos, atores, locutores, fotógrafos, produtoras, estúdios e quaisquer terceiros envolvidos, as cessões, licenças e autorizações necessárias à plena utilização institucional dos materiais pela CONTRATANTE, respondendo integralmente pela regularidade desses instrumentos.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

12.4. Sempre que solicitado, a CONTRATADA deverá disponibilizar à CONTRATANTE os arquivos abertos, editáveis e os materiais brutos relacionados às demandas executadas, sem ônus adicional além daquele já CONTRATADA.

12.5. É vedada a utilização, pela CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada, das peças e materiais produzidos no âmbito deste contrato para fins diversos daqueles expressamente autorizados pela CONTRATANTE.

### 13. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, a CONTRATADA que: a) der causa à inexecução parcial do contrato; b) der causa à inexecução parcial que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo; c) der causa à inexecução total do contrato; d) ensejar retardamento da execução ou da entrega do objeto sem motivo justificado; e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato; f) praticar ato fraudulento na execução do contrato; g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza; h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846/2013.

13.2. Serão aplicadas à CONTRATADA, garantidos o contraditório e a ampla defesa, as seguintes sanções: a) advertência, quando a infração consistir em inexecução parcial sem gravidade relevante; b) impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas das alíneas b, c e d do subitem anterior, sempre que não se justificar penalidade mais grave; c) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, quando praticadas as condutas das alíneas e, f, g e h, bem como nas hipóteses graves das alíneas b, c e d.

13.3. Poderá ser aplicada multa moratória de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 10 (dez) dias, na hipótese de retardamento injustificado da execução.

13.4. Poderá ser aplicada multa compensatória de 2% (dois por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação para as infrações descritas nas alíneas e, f, g e h do item 16.1, e multa de 1% (um por cento) a 10% (dez por cento) do valor do contrato para as demais hipóteses, conforme a gravidade do caso concreto.

13.5. As sanções poderão ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo da obrigação de reparação integral do dano, da glosa de pagamentos, da compensação de créditos, da apuração de responsabilidade civil e da adoção das demais providências cabíveis.

13.6. Para dosimetria das penalidades, serão considerados a natureza e a gravidade da infração, os danos causados, as circunstâncias agravantes e atenuantes, as peculiaridades do caso concreto e a eventual existência de programa de integridade.

13.7. A aplicação das sanções observará o procedimento previsto no art. 158 da Lei Federal nº 14.133/2021, podendo as notificações ser realizadas por meio eletrônico aos endereços informados pela CONTRATADA, os quais serão considerados válidos para fins de ciência.

### 14. EXTINÇÃO CONTRATUAL

14.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

14.2. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o CONTRATANTE, mediante justificativa formal de que não dispõe de créditos orçamentários para sua continuidade ou de que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

14.2.1. Nesse caso, a extinção antecipada ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, garantido um prazo mínimo de dois meses para ciência formal do CONTRATADA, devendo ser observada a regra do art. 183 da Lei nº 14.133, de 2021 para a contagem deste prazo.

14.3. O contrato poderá ser extinto com fundamento na ausência de créditos orçamentários ou na perda de vantagem contratual antes da data de aniversário, desde que ocorra com ônus para o CONTRATANTE, conforme previsto no art. 138, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021.

14.4. 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, de 2021, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

14.5. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

14.6. 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.

14.7. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

14.8. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

14.8.1. Do balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

14.8.2. Da relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

14.8.3. Das indenizações e multas.

14.9. 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.

14.10. A CONTRATANTE poderá ainda:

14.10.1. nos casos de obrigação de pagamento de multa pelo CONTRATADA, se houver garantia prestada, reter a garantia prestada a ser executada, conforme legislação que rege a matéria; e

14.10.2. nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados à Administração, nos termos do inciso IV do art. 139 da Lei n.º 14.133, de 2021, reter os eventuais créditos existentes em favor do CONTRATADA decorrentes do contrato.

14.11. O contrato poderá ser extinto caso se constate que a CONTRATADA 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 na contratação direta, 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.

## 15. ALTERAÇÕES

15.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

15.2. A CONTRATADA é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

15.3. As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes não poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato. Eventuais supressões superiores somente poderão ocorrer mediante acordo entre as partes, motivação expressa, demonstração do interesse público e preservação da natureza do objeto contratado.

15.4. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do CONTRATANTE, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 02 (dois) dias.

15.5. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

## 16. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

16.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento deste exercício, na dotação abaixo discriminada:

*Programa de Trabalho: 01.01.03100014.001- Manutenção das Atividades da Câmara Municipal de Ubá;  
Elemento de Despesa: 3.33.90.39.00.00.00 – Outros Serviços de Terceiros, Pessoa Jurídica, sendo desdobramento: 3.33.90.39.00.00.68 – Serviços de Publicidade e Propaganda.*

## 17. CASOS OMISSOS

17.1. Os casos omissos serão decididos pela CONTRATANTE segundo as disposições contidas na Lei Federal nº 14.133/2021, na Lei Federal nº 12.232/2010 e nas demais normas federais aplicáveis, bem como, subsidiariamente, pelos princípios gerais dos contratos administrativos.

## 18. PUBLICAÇÃO

18.1. 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.



## CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ

Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá - MG, CEP 36.500-059  
CNPJ: 20.353.488/0001-48 | Telefone: (32) 3539-5000

18.2. A execução contratual também observará os deveres de transparência ativa previstos na Lei de Acesso à Informação e nas normas específicas de publicidade governamental.

### 19. ASSINATURA ELETRÔNICA

19.1. Fica expressamente acordado entre as partes que este contrato será firmado por meio de assinatura eletrônica, em conformidade com a legislação aplicável, incluindo, mas não se limitando, à Medida Provisória nº 2.200-2/2001.

19.2. As partes reconhecem e concordam que a assinatura eletrônica utilizada é válida para todos os efeitos legais, conferindo autenticidade e integridade ao presente documento, sendo dispensada a assinatura física ou qualquer outra forma de validação adicional.

### 20. FORO

20.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Ubá - MG, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

Para firmeza e validade do pactuado, o presente Contrato foi lavrado em duas (duas) vias de igual teor, que, depois de lido e achado em ordem, vai assinado pelos contraentes.

Ubá, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2026

\_\_\_\_\_  
CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ  
José Maria Fernandes  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
RAZÃO SOCIAL  
Nome Completo  
FORNECEDOR REGISTRADO

\_\_\_\_\_  
OBSERVANDO A LEGALIDADE DO PRESENTE  
Cristina Reis de Oliveira Bigogno  
ASSESSORA JURÍDICA DA CÂMARA MUNICIPAL DE UBÁ