

# PROCESSO ADMINISTRATIVO



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**Processo N°**

CMBG-CPA-2026/00032

**Data de abertura**

10/04/2026

**OBJETO**

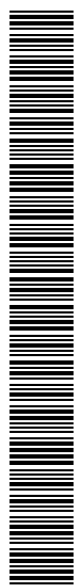
Processo licitatório que objetiva a contratação de Agência de Publicidade.

*Classif. documental*

01.01.01.01



Assinado com senha por PATRÍCIA BRUN PERIZZOLO.  
Documento N°: 187806-3737 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806-3737>



CMBGCPA202600032V01



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**MANIFESTAÇÃO SIGA Nº CMBG-MAN-2026/00046**

Bento Gonçalves, 06 de abril de 2026.

**Ao Departamento Jurídico**

**Assunto:** Indicação de nomes para subcomissão Processo Licitatório -  
Publicidade

Através do presente, nos termos do art. 10, da Lei Federal nº LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010, indico os seguintes nomes, para posterior designação de sessão de sorteio público, a fim de nomear subcomissão técnica de análise do processo licitatório que objetiva a contratação de agência de publicidade:

Servidores da Câmara Municipal:

Osmar Bottega  
Andreia Regina Lara Dos Santos  
Juliana Valenti

Sociedade em geral:

Monica Isabel Rachele  
Carlos Quadros  
Fabrício Krüger Lavandoski

Atenciosamente,

- assinado eletronicamente -  
Vereador Anderson Zanella  
Presidente

Classif. documental

01.01.01.01





Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**EDITAL SIGA Nº CMBG-EDL-2026/00026**

Bento Gonçalves, 09 de abril de 2026.

**Assunto:** EDITAL SORTEIO - Indicação de nomes para subcomissão Processo Licitatório - Publicidade.

**AVISO DE REALIZAÇÃO DE SESSÃO PÚBLICA PARA SORTEIO DE INTEGRANTES DE SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

A **CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**, através de seu Presidente, no uso de suas atribuições legais, em cumprimento ao disposto no artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, **COMUNICA** os interessados da realização da Sessão Pública destinada ao sorteio dos 03 (três) integrantes de subcomissão técnica e 03 (três) suplentes, a qual procederá a análise e ao julgamento técnico em certame licitatório desta Câmara Municipal, com vistas à contratação de serviços de Publicidade e Propaganda, cuja publicação do instrumento convocatório dar-se-á em momento subsequente à conclusão do presente sorteio público.

Para tanto, **DIVULGA** a nominata dos profissionais com formação ou que atuam nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, dividindo-se entre os servidores indicados pela Administração desta Câmara Municipal e os que não possuem vínculo com o Poder Legislativo:

01. Monica Isabel Rachele
02. Carlos Quadros
03. Fabrício Krüger Lavandoski
04. Osmar Bottega

*Classif. documental*

01.01.01.01



CMBGEDL202600026A

Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro



05. Andréia Regina Lara dos Santos

06. Juliana Valenti

**DATA E HORÁRIO DA SESSÃO PÚBLICA: 15 de abril de 2026, às 9 horas.**

**LOCAL: Plenário da Câmara Municipal, situado na Av. Dr. Casagrande, 270.**

Qualquer interessado poderá impugnar os nomes acima listados até 48h (quarenta e oito horas) anteriores à data de realização da sessão, mediante apresentação de documento contendo as razões da impugnação, em meio físico, encaminhando-o ao Protocolo Geral da Câmara Municipal, situado na Av. Dr. Casagrande, 270.

- assinado eletronicamente -  
Vereador Anderson Zanella  
Presidente





Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**CERTIDÃO SIGA Nº CMBG-CRP-2026/00091**

**CERTIDÃO DE REGISTRO E PUBLICAÇÃO**

O Edital, CMBG-MAN-2026/00046, foi registrado e publicado no DOM - Diário Oficial do Município de Bento Gonçalves, em 09/04/2026.

Bento Gonçalves, 10 de abril de 2026.

- assinado eletronicamente -

Patrícia Brun Perizzolo  
Procurador Jurídico



Assinado com senha por PATRÍCIA BRUN PERIZZOLO.  
Documento Nº: 187804-7731 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187804-7731>

*Classif. documental*

01.01.02.01



CMBGCRP202600091A



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**EDITAL SIGA Nº CMBG-EDL-2026/00026**

Bento Gonçalves, 09 de abril de 2026.

**Assunto:** EDITAL SORTEIO - Indicação de nomes para subcomissão Processo Licitatório - Publicidade.

**AVISO DE REALIZAÇÃO DE SESSÃO PÚBLICA PARA SORTEIO DE INTEGRANTES DE SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

A **CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**, através de seu Presidente, no uso de suas atribuições legais, em cumprimento ao disposto no artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, **COMUNICA** os interessados da realização da Sessão Pública destinada ao sorteio dos 03 (três) integrantes de subcomissão técnica e 03 (três) suplentes, a qual procederá a análise e ao julgamento técnico em certame licitatório desta Câmara Municipal, com vistas à contratação de serviços de Publicidade e Propaganda, cuja publicação do instrumento convocatório dar-se-á em momento subsequente à conclusão do presente sorteio público.

Para tanto, **DIVULGA** a nominata dos profissionais com formação ou que atuam nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, dividindo-se entre os servidores indicados pela Administração desta Câmara Municipal e os que não possuem vínculo com o Poder Legislativo:

01. Monica Isabel Rachele
02. Carlos Quadros
03. Fabrício Krüger Lavandoski
04. Osmar Bottega

Classif. documental	01.01.01.01
---------------------	-------------

Assinado com senha por ANDERSON ZANELLA.  
Documento Nº: 185758.1209161-9381 - consulta à autenticidade em

Autenticado digitalmente por PATRÍCIA BRUN PERIZZOLO.  
Documento Nº: 185758.1209161-9381 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=185758.1209161-9381>





Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**

Palácio 11 de Outubro

05. Andréia Regina Lara dos Santos

06. Juliana Valenti

**DATA E HORÁRIO DA SESSÃO PÚBLICA: 15 de abril de 2026, às 9 horas.**

**LOCAL: Plenário da Câmara Municipal, situado na Av. Dr. Casagrande, 270.**

Qualquer interessado poderá impugnar os nomes acima listados até 48h (quarenta e oito horas) anteriores à data de realização da sessão, mediante apresentação de documento contendo as razões da impugnação, em meio físico, encaminhando-o ao Protocolo Geral da Câmara Municipal, situado na Av. Dr. Casagrande, 270.

- assinado eletronicamente -  
Vereador Anderson Zanella  
Presidente

2



Assinado com senha por ANDERSON ZANELLA.  
Documento Nº: 187619-5908 - consulta à autenticidade em

Autenticado digitalmente por PATRÍCIA BRUN PERIZZOLO.  
Documento Nº: 185758.1209161-9381 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=185758.1209161-9381>





Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

## **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

**SIGA Nº CMBG-CET-2026/00017**

### **1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

A presente contratação decorre da necessidade de a Câmara Municipal de Bento Gonçalves promover, de forma contínua, estruturada e eficiente, a comunicação institucional de suas atividades, atos, programas e serviços, em observância ao princípio constitucional da publicidade, previsto no art. 37, *caput* e §1º, da Constituição Federal. O Poder Legislativo Municipal desempenha funções essenciais à organização democrática, incluindo a elaboração de normas, a fiscalização dos atos do Poder Executivo e a representação dos interesses da coletividade. Para que tais funções sejam plenamente exercidas, é indispensável assegurar à população o amplo acesso às informações relativas à atuação institucional da Câmara Municipal.

A complexidade das atividades de comunicação institucional, que envolvem planejamento estratégico, criação de conteúdos, definição de meios e canais, produção de materiais e gestão de campanhas, exige a atuação de profissionais especializados e o emprego de metodologias e ferramentas próprias do setor publicitário.

Nesse contexto, a contratação de agência de publicidade especializada mostra-se necessária para viabilizar a execução integrada e qualificada das ações de comunicação, garantindo maior eficiência, padronização e alcance das iniciativas institucionais.

A contratação pretendida, portanto, visa suprir demanda contínua da Administração, contribuindo para o cumprimento de suas funções institucionais, o fortalecimento da transparência pública e o atendimento ao interesse coletivo.

### **2. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL**

O plano de contratações anual está em fase de elaboração.

### **3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

A contratação de agência de publicidade deverá observar os requisitos técnicos, operacionais e legais necessários à adequada execução dos serviços de comunicação

*Classif. documental*

01.05.01.02



CMBGCET202600017A

institucional da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, nos termos da legislação vigente, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010 e a Lei Federal nº 14.133/2021.

A empresa a ser contratada deverá ser agência de publicidade especializada, regularmente constituída, com capacidade técnica comprovada para a prestação de serviços de comunicação institucional, incluindo planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas e peças publicitárias.

Os serviços deverão ser executados de forma contínua, integrada e sob demanda, a partir de solicitações específicas da Administração, formalizadas por meio de briefings ou ordens de serviço, contendo os objetivos, prazos, público-alvo e demais diretrizes necessárias.

A contratada deverá disponibilizar equipe técnica qualificada e multidisciplinar, compatível com a complexidade das demandas, assegurando a qualidade técnica dos serviços prestados e o atendimento tempestivo das solicitações.

As ações de comunicação institucional deverão observar, obrigatoriamente:

- o caráter educativo, informativo e de orientação social;
- a vedação à promoção pessoal de agentes públicos;
- o alinhamento às diretrizes institucionais da Câmara Municipal;
- a observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

A execução dos serviços deverá contemplar a utilização de estratégias de comunicação integradas, envolvendo mídias tradicionais e digitais, conforme a natureza de cada demanda, garantindo alcance, efetividade e economicidade.

A contratada deverá apresentar, previamente à execução de cada demanda, propostas técnicas e orçamentárias, que deverão ser analisadas e aprovadas pela Administração.

Os custos relacionados à produção de peças e à veiculação de campanhas deverão observar parâmetros de mercado, tabelas referenciais aplicáveis e os percentuais de desconto ofertados na licitação, assegurando a vantajosidade da contratação.

A contratada deverá manter regularidade fiscal, trabalhista e previdenciária durante toda a execução contratual, bem como cumprir todas as obrigações legais e contratuais assumidas.

Por fim, a execução contratual deverá ocorrer em conformidade com o modelo de gestão e fiscalização estabelecido no Termo de Referência, assegurando o adequado acompanhamento, controle e avaliação dos serviços prestados.

#### **4. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES**

Não é possível estabelecer, de forma prévia e precisa, os quantitativos dos serviços a serem executados no âmbito da presente contratação, em razão da natureza dos serviços de publicidade, caracterizados por sua predominância intelectual, criatividade e



execução sob demanda. As ações de comunicação institucional variam conforme as necessidades da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, estando diretamente relacionadas a fatores como calendário legislativo, programas institucionais, campanhas educativas, demandas emergenciais de comunicação e estratégias de divulgação definidas ao longo da execução contratual. Dessa forma, os serviços não se traduzem em unidades padronizadas passíveis de mensuração antecipada, uma vez que cada demanda envolve soluções específicas, com diferentes níveis de complexidade, abrangência e meios de veiculação. A estimativa da contratação, portanto, não se baseia em quantitativos fixos de serviços, mas sim em limite orçamentário global, definido pela Administração com base em histórico de despesas com publicidade institucional, análise de contratações similares e planejamento estratégico de comunicação. A execução dos serviços ocorrerá de forma parcelada, conforme demandas da Administração, mediante solicitações específicas acompanhadas de briefings, planos de comunicação e propostas técnicas e orçamentárias apresentadas pela contratada. Assim, a mensuração dos serviços será realizada com base nas entregas efetivamente executadas e aprovadas, observando-se os parâmetros contratuais, as tabelas referenciais aplicáveis e os valores pactuados na licitação.

## **5. LEVANTAMENTO DE MERCADO**

Os valores da presente contratação serão fixados de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados na proposta de preço, mediante a apresentação da respectiva Nota Fiscal, até o 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, após a data de emissão do Termo de Recebimento (após constatação de que os serviços foram executados a contento), pelo fiscal do contrato nomeado pela Câmara Municipal.

## **6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

A estimativa do valor da contratação seguirá os valores estabelecidos no último certame realizado pela Câmara Municipal, uma vez que atendeu às necessidades da área, quer seja, de até R\$ 450.000,00 anuais, já devidamente atualizados.

## **7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

A solução proposta consiste na contratação de agência de publicidade especializada para a prestação de serviços técnicos de comunicação institucional, de forma contínua, integrada e sob demanda, com o objetivo de atender às necessidades da Câmara Municipal de Bento Gonçalves na divulgação de suas atividades, ações, programas e serviços.

A solução abrange o desenvolvimento completo das ações de publicidade institucional, compreendendo, de maneira articulada e estratégica, as etapas de planejamento, estudo, pesquisa, concepção, criação, produção, execução e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários, bem como a intermediação e supervisão da veiculação junto aos diversos meios de comunicação.

A execução dos serviços deverá ocorrer a partir de demandas específicas da Administração, formalizadas por meio de briefings ou instrumentos equivalentes, contendo os objetivos institucionais, o público-alvo, os prazos, os meios de comunicação e demais



diretrizes necessárias. Para cada demanda, a contratada deverá apresentar propostas técnicas e orçamentárias, previamente submetidas à análise e aprovação da Administração.

A solução contempla a utilização de estratégias de comunicação integradas, envolvendo múltiplos canais e plataformas, tais como mídias tradicionais (rádio, televisão, jornais, mídia exterior, entre outros) e mídias digitais (redes sociais, portais institucionais, plataformas digitais e demais meios eletrônicos), conforme a natureza e os objetivos de cada ação.

Incluem-se, ainda, na solução, os serviços complementares necessários à plena execução das ações publicitárias, tais como produção gráfica, produção audiovisual, serviços digitais, pesquisa de opinião e demais atividades correlatas, quando demandadas pela Administração.

A remuneração da contratada ocorrerá com base nos serviços efetivamente prestados, observando-se os critérios estabelecidos na licitação, os percentuais de desconto ofertados, as tabelas referenciais aplicáveis e os custos de produção e veiculação devidamente comprovados.

A solução adotada visa assegurar maior eficiência, padronização, economicidade e efetividade na comunicação institucional da Câmara Municipal, permitindo a execução coordenada das ações de publicidade e o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.

## **8. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO**

Nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, as contratações públicas devem, sempre que possível, ser parceladas, com vistas à ampliação da competitividade e à obtenção de propostas mais vantajosas para a Administração, desde que tal medida não comprometa a viabilidade técnica ou a eficiência da execução do objeto.

No caso da presente contratação, não se mostra tecnicamente recomendável o parcelamento do objeto, tendo em vista as características específicas dos serviços de publicidade, regidos pela Lei Federal nº 12.232/2010.

Os serviços a serem contratados demandam atuação integrada, estratégica e contínua, envolvendo planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas institucionais. A eventual divisão do objeto entre múltiplos fornecedores poderia comprometer a unidade conceitual das ações de comunicação, gerar conflitos de estratégia, dificultar a padronização da identidade institucional e reduzir a efetividade das campanhas.

Além disso, o parcelamento acarretaria maior complexidade na gestão contratual, com aumento dos custos administrativos, dificuldades na coordenação das atividades e riscos de sobreposição ou descontinuidade das ações de comunicação.

A concentração da execução em uma única agência de publicidade permite maior eficiência operacional, melhor alinhamento estratégico, padronização da linguagem institucional e otimização dos recursos públicos, contribuindo para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.



Ressalta-se, ainda, que o modelo de contratação de agência de publicidade, com adjudicação por lote único, é prática consolidada na Administração Pública, especialmente em contratações dessa natureza, estando em conformidade com a legislação vigente e com as boas práticas de gestão.

Dessa forma, conclui-se que a não adoção do parcelamento do objeto mostra-se a alternativa mais adequada, sob os aspectos técnico, operacional e econômico, atendendo ao interesse público e assegurando maior eficiência na execução contratual.

## **9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS**

A contratação de agência de publicidade especializada tem como objetivo a obtenção de resultados institucionais relacionados à melhoria da comunicação pública, à ampliação da transparência e ao fortalecimento da relação entre a Câmara Municipal de Bento Gonçalves e a sociedade.

Como resultados pretendidos, destacam-se:

- Ampliação do acesso da população às informações públicas, por meio da divulgação clara, acessível e estratégica das atividades legislativas, programas, serviços e campanhas institucionais;
- Fortalecimento da transparência pública, garantindo maior visibilidade às ações da Câmara Municipal e possibilitando o acompanhamento das atividades parlamentares pela sociedade;
- Aprimoramento da comunicação institucional, com desenvolvimento de estratégias integradas e utilização adequada dos diferentes meios e canais de comunicação, ampliando o alcance e a efetividade das mensagens;
- Fortalecimento da imagem institucional do Poder Legislativo, contribuindo para a valorização de suas funções e para o reconhecimento de seu papel na organização democrática;
- Promoção da educação cidadã, por meio de campanhas com caráter educativo, informativo e de orientação social, voltadas à conscientização da população sobre direitos, deveres e funcionamento do processo legislativo;
- Estímulo à participação popular, incentivando o engajamento da sociedade nas atividades legislativas, audiências públicas, consultas e demais instrumentos de participação democrática;
- Melhoria da eficiência na aplicação dos recursos públicos, mediante planejamento estratégico das ações de comunicação, otimização de custos e controle da execução contratual;
- Padronização da comunicação institucional, assegurando coerência na identidade visual, linguagem e posicionamento da Câmara Municipal nos diversos meios de comunicação.



Os resultados serão aferidos por meio do acompanhamento da execução contratual, análise das entregas realizadas, avaliação do alcance das campanhas, indicadores de desempenho das ações de comunicação e verificação do atendimento aos objetivos institucionais definidos pela Administração.

## **10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO**

Para viabilizar a adequada execução da contratação, a Câmara Municipal de Bento Gonçalves deverá adotar previamente e ao longo da execução contratual as seguintes providências:

- Elaboração e aprovação dos documentos técnicos que instruem a contratação, incluindo o Estudo Técnico Preliminar, o Termo de Referência e o edital de licitação, em conformidade com a legislação vigente;
- Previsão e reserva de dotação orçamentária suficiente para suportar as despesas decorrentes da contratação, observando-se o planejamento financeiro da Administração;
- Designação formal de gestor e fiscal do contrato, responsáveis pelo acompanhamento, fiscalização e controle da execução contratual;
- Estruturação dos fluxos internos de comunicação, com definição clara dos setores responsáveis pela demanda, validação e aprovação das ações publicitárias;
- Capacitação básica dos servidores envolvidos na gestão contratual, especialmente quanto aos procedimentos de solicitação, análise e aprovação de demandas publicitárias;
- Definição de diretrizes institucionais de comunicação, incluindo identidade visual, linguagem institucional e prioridades estratégicas, a fim de orientar a atuação da agência contratada;
- Organização dos processos de solicitação de serviços, mediante adoção de instrumentos padronizados, como briefings e ordens de serviço, garantindo clareza, rastreabilidade e controle das demandas;
- Disponibilização de informações institucionais necessárias à execução dos serviços, assegurando à contratada acesso adequado aos dados e conteúdos relevantes;
- Acompanhamento sistemático da execução contratual, com validação prévia das propostas apresentadas pela contratada, conferência das entregas e avaliação dos resultados alcançados;
- Adoção de medidas de controle e transparência, assegurando o registro adequado dos atos, despesas e resultados da contratação, em conformidade com os princípios da Administração Pública.

Tais providências são essenciais para garantir a eficiência, a legalidade e a efetividade da contratação, bem como para assegurar o adequado atendimento ao interesse público.



## **11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

Para a presente contratação, não se identificam contratações diretamente interdependentes, cuja execução simultânea seja condição indispensável para a viabilidade dos serviços de publicidade a serem contratados.

Todavia, podem existir contratações correlatas, que, embora não condicionem a execução do objeto principal, guardam relação indireta com as ações de comunicação institucional, tais como serviços de tecnologia da informação (manutenção de sítio eletrônico institucional), serviços gráficos, produção audiovisual e eventuais ferramentas digitais de apoio à comunicação.

Ressalta-se que tais contratações, quando necessárias, poderão ser realizadas de forma autônoma pela Administração ou, conforme o caso, serem viabilizadas no âmbito da execução contratual da agência de publicidade, especialmente no que se refere à contratação de fornecedores especializados para produção e veiculação de campanhas, nos termos da legislação aplicável.

De todo modo, a inexistência de contratações interdependentes não compromete a implementação da solução proposta, sendo a presente contratação suficiente, por si só, para atender às necessidades institucionais de comunicação da Câmara Municipal de Bento Gonçalves.

## **12. DESCRIÇÃO DE IMPACTOS AMBIENTAIS E MEDIDAS MITIGADORAS**

A presente contratação, por envolver predominantemente a prestação de serviços de natureza intelectual na área de publicidade, não apresenta impactos ambientais significativos diretos, especialmente quando comparada a contratações de obras ou fornecimento de bens de grande escala.

Todavia, determinadas atividades vinculadas à execução dos serviços, como a produção de materiais gráficos, peças publicitárias físicas e eventuais ações presenciais, podem gerar impactos ambientais indiretos, tais como consumo de papel, utilização de insumos gráficos, geração de resíduos e consumo de energia.

Diante disso, a Administração deverá adotar, sempre que possível, medidas mitigadoras voltadas à redução de tais impactos, dentre as quais destacam-se:

- priorização de mídias digitais e meios eletrônicos de comunicação, reduzindo a necessidade de materiais impressos;
- uso racional de recursos materiais, especialmente papel e insumos gráficos;
- incentivo à utilização de materiais sustentáveis e certificados na produção gráfica, quando aplicável;
- orientação para descarte adequado de resíduos, especialmente aqueles decorrentes de ações promocionais e produção de materiais;



- adoção de práticas sustentáveis por parte da contratada e de fornecedores envolvidos, sempre que possível.

A contratada deverá, no desenvolvimento das ações publicitárias, considerar boas práticas de sustentabilidade, contribuindo para a redução de impactos ambientais e para o uso consciente dos recursos.

Dessa forma, conclui-se que os impactos ambientais associados à contratação são de baixa relevância, podendo ser adequadamente mitigados por meio das medidas acima indicadas, sem comprometer a execução do objeto.

### **13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO DA CONTRATAÇÃO**

Diante das análises realizadas no presente Estudo Técnico Preliminar, conclui-se que a contratação de agência de publicidade especializada mostra-se necessária, adequada e viável, sob os aspectos técnico, operacional, orçamentário e jurídico.

A solução proposta atende de forma eficiente à necessidade da Câmara Municipal de Bento Gonçalves de estruturar e executar ações de comunicação institucional, garantindo a adequada divulgação de suas atividades, programas e serviços, em conformidade com o princípio constitucional da publicidade e com as disposições legais aplicáveis.

Restou demonstrado que a contratação pretendida representa a alternativa mais vantajosa para a Administração, especialmente em razão da natureza dos serviços, que demandam atuação integrada, contínua e especializada, não sendo recomendável sua execução direta ou o parcelamento do objeto.

Verificou-se, ainda, a compatibilidade da contratação com o planejamento institucional e orçamentário, bem como a inexistência de óbices técnicos ou jurídicos à sua implementação.

Dessa forma, este Estudo Técnico Preliminar manifesta-se favoravelmente à realização da licitação, nos termos da legislação vigente, especialmente da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 14.133/2021, devendo o processo seguir para as etapas subsequentes de instrução, incluindo a elaboração do edital e a realização do certame.

### **14. JUSTIFICATIVA PELO NÃO-PREENCHIMENTO DOS ITENS NÃO OBRIGATÓRIOS**

Todos os itens foram devidamente preenchidos.

Bento Gonçalves, 10 de abril de 2026.

- assinado eletronicamente -

Tchaylen De Souza  
Coordenador da Área de Comunicação





Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**TERMO DE REFERÊNCIA**

**SIGA Nº CMBG-CTS-2026/00006**

**1. OBJETO**

**1.1. DEFINIÇÕES DO OBJETO**

Contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, serviços e campanhas da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, nos termos do art. 37, § 1º da Constituição da República Federativa do Brasil e Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, para prestação de serviços de Publicidade por Agências de Propaganda, anunciante e veículos de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social. Tais projetos compreenderão o estudo, o planejamento, pesquisa, a concepção, a conceituação, a criação, a execução interna e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideais ou informar o público em geral.

O objeto também compreende as seguintes atividades:

a) Desenvolvimento de ações de publicidade de caráter educativo, informativo ou de orientação social mediante estudo, planejamento, pesquisa, concepção, conceituação, criação, execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:

1. Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, nos meios digitais, bem como campanhas publicitárias;
2. Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de anúncios de publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e /ou internacional;
3. Realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Legislativo, no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e as suas características ao custo da publicidade;
4. Serviços de elaboração, concepção, edição, produção e distribuição de publicações impressas e digitais diversas para divulgação da Contratante em jornais, front light,

*Classif. documental*

01.05.01.04



CMBGCTS202600006A

outdoors mini-doors, revistas, panfletos, empena, back light, folders, mídias digitais triedo, e outros bus door;

5. Execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência da Assessoria de Comunicação Social;
6. Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

## 1.2. NATUREZA DO OBJETO

O objeto da presente contratação caracteriza-se como prestação de serviços técnicos especializados de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

Trata-se de serviço de natureza predominantemente intelectual, que envolve atividades de estudo, planejamento, pesquisa, concepção, criação, execução e distribuição de campanhas e ações de comunicação institucional, voltadas à divulgação das atividades, programas e serviços da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, com caráter educativo, informativo e de orientação social, conforme disposto no art. 37, §1º, da Constituição Federal.

Em razão de sua natureza, os serviços não se enquadram como atividades comuns padronizáveis, uma vez que demandam soluções criativas, estratégicas e personalizadas, variáveis conforme os objetivos de comunicação, o público-alvo e os meios utilizados em cada demanda específica.

## 1.3. QUANTITATIVOS

A presente contratação não comporta a definição prévia e exata de quantitativos dos serviços a serem executados, em razão da natureza específica dos serviços de publicidade, regidos pela Lei Federal nº 12.232/2010. Os serviços objeto desta contratação possuem caráter predominantemente intelectual, estratégico e criativo, sendo desenvolvidos sob demanda, conforme as necessidades institucionais da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, especialmente no que se refere à divulgação de suas atividades, programas, ações e campanhas. Diferentemente de contratações de natureza comum, os serviços publicitários não se traduzem em unidades padronizadas e previamente mensuráveis, uma vez que cada ação de comunicação demanda soluções próprias, definidas a partir de variáveis como objetivos institucionais, público-alvo, meios de comunicação e contexto de execução. Assim, os quantitativos serão definidos ao longo da execução contratual, por meio de solicitações específicas da Administração, acompanhadas dos respectivos planos de comunicação, peças publicitárias, estratégias de mídia e demais instrumentos necessários à adequada prestação dos serviços. A execução dos serviços observará os limites orçamentários estabelecidos para a contratação, bem como os critérios de economicidade, eficiência e interesse público.

## 1.4. REGISTRO DE PREÇO

Não se aplica.

## 1.5. POSSIBILIDADE DE PRORROGAÇÃO



O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura ou da data de publicação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), podendo ser prorrogado sucessivamente, a critério da Administração, desde que demonstrada a manutenção da vantajosidade das condições contratadas e a existência de dotação orçamentária.

Considerando a natureza contínua dos serviços de publicidade, voltados ao atendimento permanente das demandas institucionais de comunicação da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, admite-se a prorrogação contratual até o limite máximo de 10 (dez) anos, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

A prorrogação estará condicionada à avaliação do desempenho da contratada, à regularidade fiscal e trabalhista, bem como ao interesse público devidamente justificado, podendo ser precedida de negociação para adequação de preços e condições, se necessário.

### 1.6. DESCRIÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

Desenvolvimento de ações de publicidade de caráter educativo, informativo ou de orientação social mediante estudo, planejamento, pesquisa, concepção, conceituação, criação, execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:

- a) Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, meios digitais, bem como campanhas publicitárias;
- b) Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de anúncios de publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e /ou internacional;
- c) Realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Legislativo, no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e as suas características ao custo da publicidade;
- d) Serviços de elaboração, concepção, edição, produção e distribuição de publicações impressas e digitais diversas para divulgação da Contratante em jornais, outdoors mini, doors, empena, digitais e outros back light, triedo, bus door, front light, revistas, panfletos, folders, mídias;
- e) Execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência da Assessoria de Comunicação Social;
- f) Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

### 2.1. JUSTIFICATIVAS



A presente contratação fundamenta-se na necessidade de assegurar a adequada comunicação institucional da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, em observância ao princípio constitucional da publicidade, previsto no art. 37, *caput* e §1º, da Constituição Federal, segundo o qual a divulgação dos atos, programas, serviços e campanhas dos órgãos públicos deve possuir caráter educativo, informativo ou de orientação social.

A Câmara Municipal, enquanto órgão representativo do Poder Legislativo local, exerce funções essenciais à democracia, tais como a elaboração de leis, a fiscalização da Administração Pública e a representação dos interesses da população. Nesse contexto, torna-se indispensável a implementação de estratégias eficazes de comunicação que possibilitem à sociedade o pleno conhecimento das atividades parlamentares e o acompanhamento das ações institucionais.

Conforme evidenciado no *briefing* que integra o presente processo, verifica-se que parcela significativa da população ainda possui conhecimento limitado acerca das competências do Poder Legislativo, havendo, inclusive, confusão recorrente entre as atribuições dos Poderes Legislativo. Tal cenário evidencia a necessidade de ações estruturadas de comunicação institucional, capazes de ampliar a compreensão da sociedade sobre o papel da Câmara Municipal, fortalecer sua imagem institucional e estimular a participação cidadã no processo democrático.

A contratação de agência de publicidade especializada justifica-se, portanto, pela necessidade de apoio técnico qualificado para o desenvolvimento de estratégias de comunicação integradas, que envolvam planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas e conteúdos institucionais, adequados aos diferentes públicos e meios de comunicação.

Ademais, os serviços de publicidade possuem natureza técnica e intelectual, exigindo conhecimentos específicos, experiência profissional e domínio de ferramentas e metodologias próprias da área, o que inviabiliza sua execução direta pela estrutura administrativa interna, tornando necessária a contratação por meio de licitação, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

A presente contratação também se fundamenta na necessidade de promover a transparência pública, ampliar o acesso à informação, incentivar o controle social e fortalecer o vínculo entre o Poder Legislativo e a comunidade local, contribuindo para o aprimoramento da gestão pública e o atendimento ao interesse público.

Dessa forma, a contratação pretendida mostra-se adequada, necessária e alinhada aos princípios da legalidade, publicidade, eficiência e interesse público, bem como às disposições da Lei Federal nº 14.133/2021.

### **3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO**

#### **3.1. SOLUÇÃO**

A solução proposta consiste na contratação de agência de publicidade especializada, para a prestação de serviços técnicos de comunicação institucional, de forma contínua e sob demanda, visando ao atendimento das necessidades da Câmara Municipal de Bento Gonçalves no que se refere à divulgação de suas atividades, ações e programas.



A contratação abrange o desenvolvimento de ações de publicidade com caráter educativo, informativo e de orientação social, compreendendo, de forma integrada e estratégica, as seguintes atividades: planejamento, pesquisa, concepção, criação, produção, execução e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários, bem como a intermediação na veiculação junto aos diversos meios de comunicação.

A solução contempla, ainda, a elaboração de estratégias de comunicação capazes de atender aos objetivos institucionais da Câmara Municipal, especialmente no sentido de aproximar o cidadão das atividades legislativas, ampliar o conhecimento da população sobre o funcionamento do Poder Legislativo, promover a transparência pública e incentivar a participação da sociedade no processo democrático.

Para tanto, deverão ser utilizadas estratégias de comunicação integradas, envolvendo diferentes canais e plataformas, tais como mídias tradicionais (rádio, televisão, jornal, outdoor, entre outros), mídias digitais (redes sociais, portais institucionais, plataformas de vídeo e demais meios eletrônicos), bem como ações institucionais e materiais gráficos, conforme a natureza de cada demanda.

A execução dos serviços será realizada de forma indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, com remuneração baseada nos serviços efetivamente demandados e executados, observando-se as tabelas referenciais aplicáveis, os percentuais de desconto ofertados na proposta vencedora e as normas que regem a atividade publicitária.

A agência contratada deverá disponibilizar equipe técnica qualificada e estrutura operacional adequada para atender às demandas da Administração, garantindo qualidade técnica, eficiência, economicidade e alinhamento às diretrizes institucionais.

Destaca-se que a presente solução mostra-se a mais adequada para atender às necessidades da Câmara Municipal, considerando a complexidade, a natureza intelectual dos serviços publicitários e a necessidade de obtenção de resultados efetivos na comunicação com a sociedade, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010 e a Lei Federal nº 14.133/2021.

#### **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

##### **4.2. QUALIFICAÇÕES TÉCNICAS**

Declaração(ões) e/ou atestado(s), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência.

Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

Certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;



O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

#### 4.2.1. ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICO-PROFISSIONAL

Atestado de Capacidade técnica em nome do responsável técnico, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando que o mesmo, tenha executado com bom desempenho serviço compatível em características com o objeto da presente licitação, com o devido registro na entidade profissional/institucional.

A licitante deverá comprovar que possui responsável técnico na empresa, quer seja profissionais de formação superior em Comunicação Social, como Publicidade e Propaganda. A comprovação do vínculo entre a empresa e o responsável técnico poderá ser realizada através de carteira de trabalho, contrato de prestação de serviços ou através do contrato social (sócios).

#### 4.2.2. ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICO-OPERACIONAL

Não se aplica.

#### 4.2.3. PESSOAL TÉCNICO DISPONÍVEL

Profissionais de formação superior em Comunicação Social, como Publicidade e Propaganda.

#### 4.3. SUB-CONTRATAÇÃO PARCIAL DO OBJETO

A licitante vencedora poderá contratar outras empresas, para execução parcial de alguns dos serviços, mediante anuência prévia, por escrito, da Câmara Municipal, permanecendo, perante este, todas as suas responsabilidades contratuais.

Poderão ser subcontratados os seguintes serviços: fotografia; gráficos; produtora de VTs, filmes, audiovisuais e programetes; gravadoras de áudio; aparelhagem de som; captação e edição de imagens; profissionais de animação; serviços de plotagem e confecção de lonas, banners etc; colocação de out-doors, faixas, etc; contratação de atores, de músicos, de comunicadores, de redatores, de profissionais de marketing, publicidade e propaganda, de chargistas, de desenhistas e de locutores; contratação de pesquisas de opinião; e contratação de consultoria para gestão de imagem.

### 5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

#### 5.1. INÍCIO DA EXECUÇÃO DO SERVIÇO

O prazo para início da prestação dos serviços é de até 05 (cinco) dias após a assinatura do contrato.

#### 5.2. LOCAL DE EXECUÇÃO DO SERVIÇO

Os serviços ora licitados poderão ser executados na própria sede da licitante vencedora, estabelecendo-se o contato com a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas por



telefone ou e-mail, e, também, na sede da Câmara Municipal, dependendo da demanda e a juízo crítico da Presidência.

### 5.3. UNIDADE RESPONSÁVEL

Assessoria de Comunicação

## 6. GESTÃO DO CONTRATO

### 6.1. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

A gestão do contrato será realizada por servidor(es) formalmente designado(s) pela Câmara Municipal de Bento Gonçalves, competindo-lhe(s) o acompanhamento, a fiscalização e o controle da execução contratual, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

O modelo de gestão adotado será orientado por demandas, considerando a natureza contínua e dinâmica dos serviços de publicidade, sendo a execução contratual operacionalizada por meio de solicitações específicas da Administração, formalizadas mediante ordens de serviço, briefings ou instrumentos equivalentes, contendo a descrição detalhada das ações a serem desenvolvidas, prazos, objetivos e demais condições pertinentes.

A contratada deverá apresentar, para cada demanda, propostas técnicas e orçamentárias compatíveis com as diretrizes estabelecidas, as quais deverão ser previamente analisadas e aprovadas pela unidade responsável pela comunicação institucional da Câmara Municipal, antes da sua execução.

A fiscalização do contrato compreenderá a verificação do cumprimento das obrigações contratuais, da qualidade técnica dos serviços prestados, da aderência às estratégias de comunicação aprovadas, bem como da regularidade dos custos apresentados, em conformidade com as tabelas referenciais e os percentuais de desconto contratados.

O acompanhamento da execução contratual incluirá, ainda, a validação das entregas realizadas, a conferência dos serviços executados por terceiros eventualmente contratados, a análise dos relatórios de execução e a verificação da adequada aplicação dos recursos públicos.

A contratada deverá manter interlocução permanente com a Administração, garantindo o fluxo contínuo de informações, a transparência na execução dos serviços e o atendimento tempestivo das demandas institucionais.

Eventuais falhas ou desconformidades na execução dos serviços deverão ser comunicadas à contratada para imediata correção, podendo ensejar a aplicação das sanções previstas contratualmente, caso não sejam sanadas no prazo estipulado.

### 6.2. FISCAL DO CONTRATO OU SERVIDOR RESPONSÁVEL

Assessoria de comunicação

## 7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO



## 7.1. FORMA DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado mensalmente, de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados na proposta de preço, mediante a apresentação da respectiva Nota Fiscal, até o 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, após a data de emissão do Termo de Recebimento (após constatação de que os serviços foram executados a contento), pelo fiscal do contrato nomeado pela Câmara Municipal.

## 8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

### 8.1. FORMA DE JULGAMENTO

Em consonância ao que dispõe o §1º do artigo 10 da Lei 12.232/2010, as propostas técnicas apresentadas para esta licitação serão avaliadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica.

À exceção do julgamento das Propostas Técnicas, que será realizado pela Subcomissão Técnica, devidamente constituída, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da Comissão de Licitação.

Serão realizadas tantas reuniões públicas quanto necessárias, desde que observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação em vigor.

Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da comissão especial de licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes que assim o desejarem.

A Subcomissão Técnica poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização na contratação. Todas as avaliações e julgamentos realizados pela Subcomissão Técnica deverão ser acompanhados de motivação expressa.

As propostas técnicas e de preços, assim como os documentos de habilitação, deverão ser apresentados pelas licitantes em 05 (cinco) ENVELOPES, sendo o invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária padronizado, fornecido pela Câmara Municipal, até o último dia útil anterior à data da abertura da licitação, a serem retirados pela interessada na Câmara Municipal de Vereadores, Av. Dr. Antônio Casagrande, 270 - Centro, Bento Gonçalves – RS, junto ao setor de Licitações.

Os envelopes deverão conter na parte externa os seguintes dizeres:

ENVELOPE 1 – PROPOSTA TÉCNICA (apócrifa) – PLANO DE COMUNICAÇÃO- VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO - VIA IDENTIFICADA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº



RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE 4 – PROPOSTA COMERCIAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

Os ENVELOPES 1 e 2 deverão conter o Plano de Comunicação Publicitária, apresentando em forma de caderno em espiral na cor preta, colocado à esquerda, com capa e contracapa plástica incolor transparente, na vertical o qual será composto pelos seguintes quesitos e consoante:

- Apresentação de textos e peças que simulem uma campanha publicitária nos termos do briefing anexo ao presente termo de referência.

Observação 1:

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

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais;



Observação 2: Os Envelopes nº 2, 3,4 e 5 deverão estar fechados e rubricados no fecho;

O Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Técnica) deverá ser organizado da seguinte forma (conforme artigo 7º da Lei 12.232/2010):

- RACIOCÍNIO BÁSICO
- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
- IDEIA CRIATIVA
- ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Raciocínio básico – texto em que a licitante:

a) demonstrará seu entendimento sobre as informações prestadas no briefing e apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal, a compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

a.1) Sob a forma de texto com alinhamento justificado de no máximo 10 (dez) laudas;

a.2) Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;

Observação: Não será permitido redação em caixa alta, e uso de fonte negrito e/ou sublinhada. As páginas devem ser numeradas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito, em algarismos arábicos;

Estratégia de Comunicação Publicitária - constituída de texto de no máximo dez páginas (Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes), em que a licitante apresentará e defenderá a temática e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do Briefing; explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária, abrangendo comunicação integrada para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar para mídias alternativas, tradicionais e campanhas de internet, sempre respeitando os limites da verba prevista.

Ideia criativa – a licitante desenvolverá a campanha publicitária destinada a solucionar o proposto no briefing, por meio de síntese da proposta conceitual contida na Estratégia de Comunicação Publicitária.

O texto deverá ser apresentado em formato A4, branco, de até máximo 05(cinco) laudas, com a síntese a estratégia de comunicação publicitária para a Câmara Municipal, a respeito da abordagem criativa da campanha, acompanhada das peças que não serão computadas no número de laudas, e que deverão ser apresentadas fora do caderno, que a corporifiquem objetivamente, limitados a 15 (quinze) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material.



c.2) podem ser apresentados sob a forma de:

c.2.1) roteiro, layout ou story-board impressos, para qualquer meio;

c.2.2) protótipo ou "monstro", para rádio e internet não serão aceitos;

c.2.3) Os story-board poderão ser ilustrados, ter imagens ou outros recursos gráficos que acharem necessários, porém não poderão ser animados. Deverão ser impressos;

c.3) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente", devem ser observadas as seguintes regras:

c.3.1) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

c.3.2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c.3.3) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

c.3.4) anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

c.3.6) um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

c.3.8) um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

c.4) Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cortejo, pelos Integrantes da Subcomissão Técnica;

c.5) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em prancha preta com no máximo 42X30 centímetros (formato A3) e devem ser acondicionadas dentro do Invólucro 1 sem danificar o mesmo.

Estratégia de Mídia: máximo de três páginas de textos (formato conforme já estabelecido nos itens anteriores), não considerados o plano e as tabelas, que evidenciem:

a) O conhecimento e análise dos hábitos de comunicação dos públicos previstos, apresentados sob a forma de texto (Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes), onde deverá ser incluído memorial que explicita e justifique as premissas assumidas, sendo permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas como anexos;

b) A utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto (Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes) em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de produção (detalhando quantidades e custos) e veiculação, acompanhado da



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**

Palácio 11 de Outubro



devida justificativa e da inclusão de tabelas, gráficos e planilhas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;

c) A simulação do plano de distribuição das peças de que trata a alínea "ideia criativa". Dessa simulação deverá constar resumo geral contendo, no mínimo, as seguintes informações:

a) o período de distribuição das peças e/ou material;

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

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

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

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

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

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

Nessa simulação:

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

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;

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

Observação 1: A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE 2) conterá o mesmo teor da via não identificada ( ENVELOPE 1), com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa, conforme art. 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010, deverá ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Observação 2: A critério da Câmara Municipal, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

Observação 3: As tabelas, os gráficos e/ou planilhas deverão ser editados em tons de cinza. Os dados e informações deverão ser editados em fonte arial estilo normal, cor preto automático, tamanho 10 pontos. As páginas com inserção de gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.



Observação 4: A Via não identificada (ENVELOPE 1) não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do ENVELOPE nº 2.

O ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE deverá conter as informações sobre a capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação do proponente, da seguinte forma explicitada.

Capacidade de atendimento , demonstrada por meio de:

a ) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação da data do início de atendimento de cada um deles;

b) atestado (s) emitido (s) por pessoa (s) jurídica (s) de direito público ou privado, que comprove (m) que a proponente executou ou está executando serviços de natureza publicitária, similares ao objeto da presente licitação (no mínimo três), com indicação clara do cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sua sede);

c) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

d) as instalações e a infraestrutura que estarão à disposição para a execução do contrato;

e) a sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

f) não há limitações com relação a quantidade de páginas;

g) Declaração de que a licitante tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, dentro do que determina a Lei do Direito Autoral (Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998), e conforme o Capítulo 3, item 3.7 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, com cessão definitiva à Câmara Municipal;

g.1) Para os direitos de autoria intelectual, abrangendo criação, textos, direção de arte, fotos, arte-finalização e material audiovisual, tais como trilha sonora original ou a partir de obra preexistente que não seja de domínio público, jingles, spots, comerciais para TV e cinema e para uso público em eventos - incluindo direção e produção - e assemelhados, criados e produzidos pela própria agência;

g.2) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

g.3) Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.



Observação: O percentual máximo a ser pago pela Câmara Municipal aos detentores de direitos patrimoniais será de 20% (vinte por cento), na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado e relativo aos trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, e obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos; para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples;

Repertório:

A licitante deverá apresentar os documentos, informações e peças que constituem o quesito em caderno específico, fonte arial tamanho 12, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

A licitante deverá apresentar 03 (três) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas, preferencialmente, a partir de abril de 2025.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis, em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de PDF, JPG, HTML, SWF, MPEG, MP4 E MOV, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentadas separadamente. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente, deverão estar em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno específico no canto inferior direito.

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

As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Câmara Municipal, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

Relatos de soluções de problemas de comunicação:

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, fonte arial 12, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

Cada Relato:

- a) será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Câmara Municipal, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- c) deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

A formalização do referendo poderá ser feita no próprio relato, no qual constarão, além do próprio referendo, o nome empresarial do cliente, o nome, o cargo ou função e a assinatura do signatário.

As propostas devem ter sido implementadas preferencialmente a partir de abril de 2026.

É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças publicitárias, dentro do limite especificado independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de PDF, JPG, HTML, SWF, MPEG, MP4 E MOV.
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto ou ser apresentadas separadamente em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas separadamente, deverão estar em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno específico no canto inferior direito. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

Todas as peças e folhas apresentadas fora dos cadernos que tratam os envelopes n.º 2 e 3 deverão ser igualmente rubricadas pelo representante da empresa licitante.

A proposta comercial e os documentos de habilitação deverão ser apresentados em dois envelopes distintos, identificados da seguinte forma:

ENVELOPE 4 – PROPOSTA COMERCIAL (PROPOSTA DE PREÇOS)

A Proposta de Preços deverá ser apresentada de forma impressa em papel timbrado da licitante, em 02 (duas) vias, através de edição eletrônica de textos, sem emendas, ou rasuras, com todas as páginas numeradas, rubricadas e a última, datada e assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, contendo ainda razão social, endereço e CNPJ da licitante e atendendo aos requisitos abaixo:



1. Carta de Apresentação da Proposta de Preços, conforme o modelo fornecido (ANEXO);

a) Declaração de aceitabilidade de todas as cláusulas e condições impostas pela Câmara Municipal e de conhecimento de todas as especificações do objeto desta licitação;

b) Tabela vigente de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul em original ou cópia legível autenticada;

Observação 2: Quaisquer inserções na proposta que visem modificar, extinguir ou criar direitos, sem previsão no edital, serão tidas como inexistentes, aproveitando-se a proposta no que não for conflitante com o instrumento convocatório.

A proposta deverá conter os PERCENTUAIS (%) DE DESCONTO A e B conforme descrito abaixo, constantes no Anexo. O percentual deverá ser expresso com 2 (duas) casas decimais, à vista, válido para ser praticado desde a data da apresentação da proposta, até o efetivo pagamento, da seguinte forma:

1. Desconto sobre os honorários incidentes sobre os custos de produção realizados por terceiros dos serviços e suprimentos externos contratados, nos casos em que a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação dos serviços ou suprimentos.

2. Desconto sobre os preços de apropriação e repasse de custos internos constantes da Tabela de Custos Internos.

Os percentuais deverão ser ofertados com base nos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, relativamente aos serviços prestados internamente na Agência;

Nos percentuais de desconto propostos serão considerados todos os encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais (ICMS e outros), comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços, objeto desta licitação.

Observação 1: Entende-se por encargos, referentes à proposta, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa, acessória e/ou necessária, não especificada neste edital.

Observação 2: Os percentuais de desconto propostos serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto desta licitação, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante.

Observação 3: Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da licitante vencedora não serão pagos pela Câmara Municipal, bem como, os serviços reprovados e não refeitos.

A proposta deverá estar acompanhada de DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS, conforme modelo constante no Anexo na qual a licitante tratará a



questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir dentro do que determina a Lei do Direito Autoral - Lei n.º 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e conforme o Capítulo 3, item 3.7, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, com cessão definitiva à Câmara Municipal dos direitos patrimoniais de uso, discriminando os casos que seguem:

Para os direitos de autoria intelectual, abrangendo criação, textos, direção de arte, fotos, arte-finalização e material audiovisual, tais como trilha sonora original ou a partir de obra pré-existente que não seja de domínio público, jingles, spots, comerciais para TV e cinema e para uso público em eventos - incluindo direção, e produção - e assemelhados, tanto criados e produzidos pela própria agência, como por empresas ou profissionais especializados contratados pela Agência;

Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso.

Na elaboração da proposta de preço, a licitante deverá considerar as seguintes obrigações na prestação dos serviços:

1. Fornecer, após a respectiva aprovação do serviço pela Câmara Municipal e conforme a peça produzida, o seguinte material para arquivo: Filme, Cine VT e VT (em formato digital), jingles, spots e trilhas (um CD/DVD com cópia ou pendrive), peças gráficas (versão impressa), CD-Rom (dois CDs com cópia). E, sempre que solicitado, fornecer todo o material bruto e original produzido em decorrência deste contrato (telecines, fitas DVCam, arquivos digitais de textos, cartazes, material gráfico e áudio);
2. Quando houver a produção de peça eletrônica, deverá a licitante vencedora apresentar a autorização do CONCINE - Conselho Nacional de Cinema;
3. Incluir no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado;
4. Constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporadas à peça, licenciamentos de uso das obras artísticas preexistentes e os de cessão dos demais direitos;
5. Negociar sempre as melhores condições de preços, para os direitos de imagem e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Câmara Municipal, bem como, transferir, integralmente, à Câmara Municipal, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens;
6. Executar o objeto contratado com completa organização, elevada qualidade e no prazo estipulado; Realizar com seus próprios recursos todas as obrigações relacionadas com o objeto desta licitação, de acordo com as especificações determinadas neste edital e em seus anexos;



7. Cumprir a legislação federal, estadual e municipal pertinente, bem como se responsabilizar pelos danos e encargos de qualquer espécie decorrentes de ações ou omissões, culposas ou dolosas, que praticar durante a execução do contrato;
8. Pagar e recolher todos os impostos e demais encargos fiscais, bem como todos os encargos trabalhistas previdenciários, sociais e comerciais, prêmios de seguro e de acidente de trabalho, que forem devidos em decorrência do objeto desta licitação;
9. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto desta licitação, que envolvam o nome da Câmara Municipal, somente mediante autorização expressa do mesmo;
10. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala direta, etc.) aprovadas pela Câmara Municipal;
11. No caso de necessidade de segunda tiragem, a Câmara Municipal passará para a licitante vencedora a solicitação;
12. A quantidade de material a ser utilizado na veiculação somente será definida após a aprovação de mídia pela Câmara Municipal e sua reprodução dar-se-á a partir da aprovação das peças; Entregar à Câmara Municipal, até o último dia do mês, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas;
13. Registrar se possível o serviço entre a Câmara Municipal e a licitante vencedora, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
14. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Câmara Municipal, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da licitante vencedora pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria licitante;
15. A licitante vencedora deverá manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas à Câmara Municipal durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

A licitante vencedora poderá contratar outras empresas, para execução total ou parcial de alguns dos serviços, mediante anuência prévia, por escrito, da Câmara Municipal, permanecendo, perante este, todas as suas responsabilidades contratuais.

Poderão ser subcontratados os seguintes serviços: fotografia; gráficos; produtora de VTs, filmes, audiovisuais e programetes; gravadoras de áudio; aparelhagem de som; captação e edição de imagens; profissionais de animação; serviços de plotagem e confecção de lonas, banners etc; colocação de out-doors, faixas, etc; contratação de atores, de músicos, de comunicadores, de redatores, de profissionais de marketing, publicidade e propaganda, de chargistas, de desenhistas e de locutores; contratação de pesquisas de opinião; e contratação de consultoria para gestão de imagem.

Os critérios de pontuação da Proposta de Preço encontram-se no Anexo deste edital.



Serão DESCLASSIFICADAS as propostas:

- a ) Que não atenderem as especificações e exigências do presente Edital e seus Anexos ou da Legislação aplicável;
- b ) Omissas ou vagas, bem como as que apresentarem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento;
- c) Que impuserem condições ou contiverem ressalvas em relação às condições estabelecidas neste Edital.

INVÓLUCRO 5 – DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO deverá conter os documentos de habilitação os quais poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração ou publicação em órgão de imprensa oficial.

## 8.2. ADJUDICAÇÕES DO OBJETO

A adjudicação do objeto da presente licitação será realizada ao licitante que for declarado vencedor do certame, após a conclusão das fases de julgamento das propostas técnica e de preços, bem como da habilitação, observados os critérios estabelecidos no edital e na legislação aplicável, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010 e a Lei Federal nº 14.133 /2021.

Considerando a natureza dos serviços de publicidade e a necessidade de integração estratégica das ações de comunicação institucional, a adjudicação será realizada por lote único, não sendo admitido o fracionamento do objeto, a fim de garantir a unidade, a coerência e a efetividade das campanhas e demais ações publicitárias desenvolvidas para a Câmara Municipal de Bento Gonçalves.

A concentração da execução contratual em uma única agência de publicidade visa assegurar maior eficiência na gestão do contrato, padronização da comunicação institucional, otimização de recursos públicos e alinhamento estratégico das ações desenvolvidas.

Após a adjudicação, o objeto será encaminhado à autoridade competente para homologação do certame e posterior formalização do contrato administrativo.

## 9. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

### 9.1. MODELO UTILIZADO PARA DESCRIÇÃO DOS PREÇOS

O valor total anual da presente contratação é de até R\$ 450.000,00 anuais.

Os valores serão adequados, conforme a demanda, atendendo os termos da Lei nº 12.232 /2010, e com base no previsto na Lista Referência de Valores 2026 disponibilizada pelo Sistema Nacional das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul (Sinapro-RS)

## 10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA



## 10.1. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

A dotação orçamentária será indicada pelo setor competente.

## 11. ESPECIFICAÇÃO DA GARANTIA

### 11.1. GARANTIA DO OBJETO

Não será exigida garantia contratual específica para o objeto da presente contratação, tendo em vista a natureza dos serviços a serem prestados.

Os serviços de publicidade caracterizam-se como atividades de natureza predominantemente intelectual, desenvolvidas sob demanda, não envolvendo o fornecimento de bens duráveis ou produtos que comportem garantia nos moldes tradicionais.

A adequada execução contratual será assegurada por meio dos mecanismos de gestão e fiscalização do contrato, incluindo a aprovação prévia das demandas, o acompanhamento da execução dos serviços, a validação das entregas realizadas e a aplicação das sanções previstas em caso de descumprimento das obrigações contratuais.

Não se aplicam, igualmente, condições de manutenção ou assistência técnica, em razão das características do objeto contratado.

## 12. GESTÃO

### 12.1. SECRETARIA / ÓRGÃO / RESPONSÁVEL

Assessoria de Comunicação

Bento Gonçalves, 10 de abril de 2026.

- assinado eletronicamente -

Tchaylen De Souza  
Coordenador da Área de Comunicação



## BRIEFING

### 1. SITUAÇÃO GERAL

#### 1.1 O Poder Legislativo Municipal

A Câmara Municipal de Bento Gonçalves constitui o Poder Legislativo do Município, sendo responsável pela elaboração das leis, fiscalização da Administração Pública Municipal e representação dos interesses da população.

Como instituição democrática, a Câmara exerce papel fundamental na organização da vida pública municipal, atuando como espaço de debate, deliberação e construção de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do município e ao bem-estar coletivo.

O Poder Legislativo municipal atua de forma independente e harmônica em relação ao Poder Executivo, conforme estabelecido na Constituição Federal, exercendo suas competências dentro dos limites definidos pela Lei Orgânica do Município e pelo Regimento Interno da Câmara.

Os vereadores são representantes eleitos pela população e possuem a responsabilidade de atuar em defesa do interesse público, propondo leis, debatendo projetos, fiscalizando a aplicação dos recursos públicos e participando ativamente das decisões que impactam diretamente a vida da comunidade.

#### 1.2 Funções da Câmara Municipal

O Poder Legislativo exerce diversas funções essenciais para o funcionamento do sistema democrático municipal, dentre as quais destacam-se:

##### Função Legislativa

Consiste na elaboração, discussão e votação de projetos de lei e demais proposições que regulamentam matérias de interesse do município, contribuindo para a organização da sociedade e para a melhoria da qualidade de vida da população.

##### Função Fiscalizadora



Compete à Câmara acompanhar e fiscalizar os atos do Poder Executivo, especialmente quanto à aplicação dos recursos públicos, à execução do orçamento municipal e à legalidade das ações administrativas.

### **Função Representativa**

Os vereadores atuam como representantes diretos da população, levando ao debate legislativo as demandas da sociedade, propondo soluções e encaminhando reivindicações de interesse coletivo.

### **Função Administrativa**

Refere-se à organização interna da Câmara Municipal, incluindo a gestão de seus serviços, estrutura administrativa e funcionamento institucional.

### **Função Julgadora**

Em situações previstas em lei, a Câmara também exerce função julgadora, analisando infrações político-administrativas cometidas por agentes públicos municipais.

## **1.3 Atividades Legislativas**

As atividades parlamentares desenvolvem-se principalmente por meio das sessões plenárias, nas quais são discutidas e votadas matérias legislativas de interesse da comunidade.

Além das sessões, a Câmara realiza reuniões de comissões permanentes e temporárias, audiências públicas, sessões solenes, debates, eventos institucionais e atividades voltadas à participação da sociedade civil.

Essas iniciativas reforçam o papel da Câmara Municipal como espaço democrático aberto à participação da população e comprometido com a transparência da gestão pública.



## 2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Apesar da relevância do Poder Legislativo no funcionamento da administração pública e na vida da sociedade, ainda se observa que parte da população possui conhecimento limitado sobre as funções da Câmara Municipal e sobre o papel desempenhado pelos vereadores.

Em muitos casos, ocorre confusão entre as atribuições do Poder Legislativo e do Poder Executivo, o que pode dificultar a compreensão do processo legislativo e reduzir o interesse da população pelo acompanhamento das atividades parlamentares.

Nesse contexto, a comunicação institucional assume papel estratégico na aproximação entre o Poder Legislativo e a sociedade, contribuindo para ampliar o conhecimento da população sobre o funcionamento da Câmara Municipal, divulgar de forma clara e acessível as atividades parlamentares, estimular o interesse da comunidade pelos assuntos públicos, incentivar a participação cidadã no processo democrático, fortalecer a transparência e o acesso à informação.

Assim, a contratação de uma agência de publicidade tem como finalidade contribuir para o desenvolvimento de estratégias de comunicação que ampliem o alcance das informações institucionais e reforcem a relação entre o Poder Legislativo e a sociedade.

## 3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

A comunicação institucional da Câmara Municipal de Bento Gonçalves deverá buscar, prioritariamente:

- a) aproximar o cidadão das atividades do Poder Legislativo Municipal;
- b) divulgar de forma clara e transparente as ações desenvolvidas pelos vereadores e pela instituição;
- c) fortalecer a imagem institucional da Câmara Municipal como espaço democrático de representação da sociedade;
- d) ampliar o conhecimento da população sobre o processo legislativo e suas etapas;



- e) incentivar o acompanhamento das sessões, audiências públicas e demais atividades parlamentares;
- f) estimular a participação cidadã nas decisões públicas;
- g) promover a transparência e o acesso às informações relacionadas às atividades legislativas.

#### 4. DESAFIO PUBLICITÁRIO

As agências participantes desta licitação deverão desenvolver e apresentar um Plano de Comunicação Publicitária, estruturado em forma de campanha institucional, com o objetivo de valorizar o papel do Poder Legislativo Municipal e ampliar a aproximação entre a Câmara de Vereadores e a população.

O plano deverá contemplar estratégias de comunicação capazes de:

- a) divulgar o papel e as funções da Câmara Municipal;
- b) incentivar a participação da comunidade nas atividades legislativas;
- c) estimular o acompanhamento das sessões e demais eventos institucionais;
- d) fortalecer a imagem do Legislativo como instituição democrática, transparente e acessível à população.

As propostas poderão utilizar estratégias de comunicação integradas, envolvendo diferentes meios e plataformas, incluindo mídia tradicional, mídia digital e ações institucionais.

- a) A criação de um tema, slogan e identidade visual que suporte as peças apresentadas;
- b) Criação de um roteiro de vídeo institucional para as redes sociais e apoio nas transmissões da TV Câmara;
- c) Criação de peças gráficas para divulgação em suportes condizentes com o planejamento de campanha, considerando um mínimo de 5 (cinco) peças produzidas para diferentes suportes.

#### 5. PÚBLICO-ALVO

A campanha deverá ter como público-alvo:



- a) cidadãos residentes no município de Bento Gonçalves;
- b) eleitores e cidadãos com idade superior a 16 anos;
- c) estudantes e jovens em formação política;
- d) lideranças comunitárias e representantes da sociedade civil;
- e) usuários dos serviços públicos municipais;
- f) demais interessados nas atividades e decisões do Poder Legislativo.

## 6. PRAÇA

Município de Bento Gonçalves, Estado do Rio Grande do Sul, podendo alcançar também a população da região da Serra Gaúcha.

## 7. VERBA REFERENCIAL

Para fins de simulação da campanha publicitária, fica estabelecida verba referencial de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), incluindo: criação, produção, mídia, não mídia.

A utilização desta verba é exclusivamente para fins de elaboração do plano de comunicação publicitária pelas agências participantes do certame.

## 8. PERÍODO DA CAMPANHA

Para fins de planejamento e simulação da campanha, deverá ser considerado período de execução de 60 (sessenta) dias.

## 9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Bento Gonçalves dispõe de canais institucionais de comunicação que poderão ser considerados pelas agências participantes na elaboração das estratégias de divulgação, tais como:

- a) site institucional da Câmara Municipal;



- b) redes sociais oficiais (Instagram, Facebook, YouTube e outras plataformas digitais);
- c) transmissões das sessões legislativas;
- d) materiais institucionais;
- e) eventos promovidos pela Câmara Municipal;
- f) espaços físicos de divulgação nas dependências da instituição.

## 10. RESULTADO ESPERADO

Espera-se que as propostas apresentadas pelas agências participantes contribuam para:

- a) ampliar o conhecimento da população sobre o papel e as funções do Poder Legislativo Municipal;
- b) fortalecer a imagem institucional da Câmara Municipal de Bento Gonçalves;
- c) estimular a participação da sociedade no processo democrático;
- d) promover a transparência e a divulgação das atividades parlamentares.

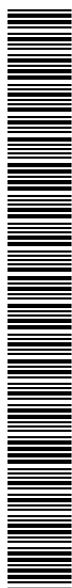
A campanha deverá reforçar o compromisso da Câmara Municipal com os princípios da transparência, participação cidadã, ética e responsabilidade na gestão pública.





# Lista Referencial de Valores 2026

VÁLIDOS PARA  
O PERÍODO DE  
**1º DE JANEIRO**  
**ATÉ 30 DE ABRIL**  
**DE 2026**



CMBGCCPA202600032V01

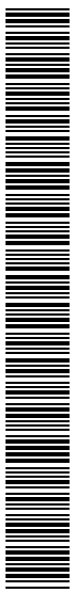
## SINABRO.RS



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



Diagramação:  
a Conjunto



CMBGCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



Palavra do Presidente do Sinapro RS

# O Início de um Novo Ciclo: Força, Gestão e Evolução Digital

O ano de 2026 marca um capítulo histórico para o Sinapro-RS. Consolidamos nossa posição como um **Sistema** forte e atuante, liderado por nossa Diretoria renovada e engajada. Iniciamos esta jornada com o compromisso de fortalecer nossa representatividade e modernizar as ferramentas que impulsionam o mercado publicitário gaúcho.

Nossa trajetória é fundamentada em resultados. O reconhecimento que recebi como finalista na categoria **Dirigente do Ano no Salão ARP** é, acima de tudo, um reflexo do impacto de nossa gestão coletiva e da nossa posição como referência no setor. Agora, levamos essa força para um novo patamar de inovação.

A **Lista Referencial de Valores 2026** que você tem em mãos cumpre seu papel essencial, mas com uma característica inédita: **sua vigência terá duração curta, encerrando-se em 30/04/2026.**

Este período marca a transição para uma importante conquista do nosso setor: **em maio de 2026, esta edição será substituída pela Versão Nacional, operada em um Sistema Virtual.** Esta evolução trará mais agilidade e modernidade para a precificação de nossos serviços, alinhando o Rio Grande do Sul aos mais altos padrões de gestão do país.

O Sinapro-RS hoje opera como um ecossistema completo, sustentado por dois pilares fundamentais:

**Gestão:** Proporcionando inteligência de mercado e conteúdos estratégicos em parceria com a Fenapro, além de iniciativas como o **Frente a Frente**, que impulsionam o crescimento e a eficiência das agências associadas.

**Legal:** Através de nossas assessorias jurídicas atuantes e qualificadas, garantindo suporte integral desde a gestão interna até a transparência nas relações comerciais.

Em um mercado competitivo, a união e a atualização tecnológica são fundamentais. Como legítimo representante das agências gaúchas, o Sinapro-RS segue trabalhando para garantir um ambiente de negócios justo, transparente e, agora, cada vez mais digital.

**Juliano Brenner Hennemann** Presidente do Sinapro-RS



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01



# Diretoria Sinapro-RS

## Presidente

Juliano Brenner Hennemann  
SPR

Vice-presidente  
Fernando Silveira  
Integrada

Diretor Administrativo-Financeiro  
Jair de Mattos Rodrigues  
Matriz

Diretor  
Ricardo Jaques  
Engenho de ideias

Diretor  
Rodrigo Dipp  
Escala

## Conselho Fiscal

Karine Assis  
Paim United Creators

Camilo Moraes  
Sobe\*

Alexandre Pradier  
Centro

## Suplentes do Conselho Fiscal

Lara Picoli  
HOC

André Lima  
Batuca

Daniele Almirom  
O.R.B.360

## Suplentes da Diretoria

Aira Franciosi  
Moove

Rodrigo Fortes Rey  
Conjunto

Ricardo Muller  
ProTarget

## Agradecimento especial

Gabriela Weyh Torres  
SPR



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01

# Apoio Institucional



Associação  
Riograndense  
de Propaganda

## fenapro.

FEDERAÇÃO NACIONAL  
DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01

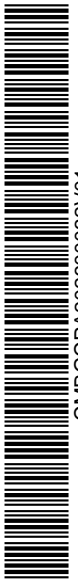


# Sinapro.RS

SISTEMA NACIONAL  
DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01



# Índice

<b>CONCEITOS BÁSICOS</b>	<b>09</b>
<b>A - PEÇAS GRÁFICAS</b>	<b>18</b>
1 - Peças promocionais (avulsas)	19
2 - Planejamento promocional	20
3 - Material de ponto devenda	20
4 - Peças de marketing direto	20
5 - Embalagens	21
6 - Identidade visual	21
7 - Marcas	22
8 - Mídia externa/comunicação visual	22
9 - Anúncios em jornais	22
10 - Balanço	22
11 - Anúncios revistas/livros/agendas e anuários	23
12 - Fechamento de arquivo	23
<b>B - PEÇAS ELETRÔNICAS</b>	<b>24</b>
1 - Peças eletrônicas	24
<b>C - PEÇAS MULTIMÍDIA / DIGITAL</b>	<b>24</b>
1 - Projeto e Planejamento	24
2 - BI	24
3 - Campanhas Digitais	24
4 - Influenciadores	24
5 - Anúncios Display	24
6 - Outras Peças	24
7 - Sms, E-Mail Mkt e Newsletter	24
8 - Redes Sociais	24



CMBGCCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
 Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>

# Índice



9 - Seo	28
10 - Sem	28
11 - Site	28
12 - Hotsite	28
13 - App Mobile	29
14 - E-Commerce	29
15 - Game	29
16 - Inbound Marketing - Planejamento de Marketing Digital	29
17 - Inbound Marketing - Gestão Mensal	29

## **D - PLANEJAMENTO** 30

1 - Diagnóstico	31
2 - Planos, estratégias e recomendações	31
3 - Entregas específicas	31
4 - Consultoria para contratação de terceiros (briefing, orçamento, acompanhamento e avaliação)	31
5 - Planejamento de mídia	3



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>

# Conceitos Básicos

Os conceitos básicos seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

## **PUBLICIDADE / PROPAGANDA**

É, nos termos do Artigo 2º do Decreto nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante identificado.

## **ANUNCIANTE OU CLIENTE**

São, nos termos do Artigo 8º do Decreto nº 57.690/66, empresa, entidade ou indivíduo que utilizam a propaganda.

## **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

É, nos termos do Artigo 6º do Decreto nº 57.690/66, empresa criadora/ produtora de conteúdos impressos e audiovisuais especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitária, que, através de profissionais a seu serviço, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de comunicação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com os objetivos de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagem; difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

## **CUSTOS INTERNOS**

Os custos internos são cobrados conforme previsto nos itens 3.6, 3.8 e 3.10 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pela equipe interna e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços.



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01

Como alternativa à remuneração através do “desconto-padrão de agência” é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante “fees” ou “honorários de valor fixo” a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitado o disposto no item 2.9 dessas Normas-Padrão.

O “fee” poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente do “desconto-padrão de agência”; de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa, etc.

Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do “fee”, a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e que sejam preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4.

Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de “fee”, como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores que foram orçados inicialmente (“budgets” de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do “fee”.

## REFAÇÃO

Quando o trabalho já desenvolvido e apresentado ao cliente deve ser descartado em função de: falta de clareza/consistência do briefing fornecido pelo cliente ou mudança do briefing pelo cliente. Nesse caso, o departamento responsável precisa desenvolver uma nova proposta (de estratégia ou layout).

## ADAPTAÇÃO

São adaptações os ajustes de peças realizados dentro de um mesmo grupo de peças de uma mesma campanha, geralmente realizados pelo departamento de arte-final. Exemplo: de anúncio para anúncio da mesma campanha (troca de endereço, de telefone ou mudança do formato sem alteração da sua proporção). Não é considerada adaptação quando, por exemplo, de um outdoor é solicitado um anúncio, mesmo que dentro da mesma campanha, pois a construção e a função de cada uma dessas peças é diferente. No caso de adaptação de formato, a nova peça precisa manter a proporção da original (Ex.: transformar um anúncio de página dupla em página simples não é adaptação). Uma adaptação pode ocorrer no formato, layout ou texto, não necessitando dos serviços de direção de arte ou redação.



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento N<sup>o</sup>: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01



Caso seja necessária a participação de um diretor de arte e/ou redator, o trabalho deverá ser considerado criação.

### **CUSTOS EXTERNOS**

Todos os demais serviços e suprimentos deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução.

A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo e obrigará o Cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados como ao ressarcimento das obrigações irremediáveis.

### **HONORÁRIOS DE PRODUÇÃO**

Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados com fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.

**Os honorários não incidem sobre custos internos, impostos (exemplo IPI), encargos sociais e reembolsos de despesas.**

### **REEMBOLSO DE DESPESAS**

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc.

### **PROCEDIMENTOS ÉTICOS**

Todo trabalho profissional de propaganda faz jus ao pagamento respectivo nas bases combinadas, prevalecendo, na falta desses, o preço comum para trabalhos similares.

Constitui prática desleal a apresentação de trabalhos de qualquer natureza, em caráter especulativo, a Cliente de outra Agência, a não ser quando expressamente solicitados pelo Anunciante em concorrência para a escolha de Agência.

Como estímulo e incentivo à criatividade, presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidos pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01

## Observações Gerais

Toda Agência habilitada e certificada pelo CENP deve estar capacitada a prestar ao seu Cliente os serviços abaixo citados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do Cliente/Anunciante:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre a melhor possibilidade de assimilação;
- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;
- Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação), e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);
- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e no pagamento das faturas.

Os custos dos serviços internos, aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, foram baseados no somatório dos desdobramentos dos seguintes fatores:

**Criação:** custo diferenciado para cada tipo de peça referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária proposta pela Agência para a solução do problema específico de comunicação descrito em Briefing. É expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob a forma de roteiro e textos, quando para mídia eletrônica e em forma de layout para a peça gráfica e eletrônica.

**Criação Digital:** complexo convergente de mídias e dispositivos digitais situados no contexto da sociedade da informação.



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01

**Finalização:** custo diferenciado para cada tipo de peça referente à montagem final da peça publicitária, seguindo as orientações do layout.

Nessa fase do trabalho, serão agrupados, em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como: fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo Cliente, possa ser enviado para o Fornecedor ou Veículo.

**Supervisão:** os custos de supervisão dizem respeito ao controle supervisor, feito ao longo do desenvolvimento dos trabalhos realizados interna pelas agências. Enquanto as primeiras atividades se referem à execução e ao acabamento do processo criativo, a supervisão representa o exame e o monitoramento que constantemente são realizados nesse transcurso pelos profissionais responsáveis. Não há sobreposição de preços por supervisão, considerada a etapa interna ocorrida exclusivamente, no âmbito da Agência, e a etapa externa que se realiza nas atividades desenvolvidas pelos Fornecedores, ou seja, tratam-se de dois serviços distintos.

**Produção:** em diversos casos existe o custo de produção quando a própria agência se envolve e participa ativamente da produção de peças gráficas, eletrônicas e digitais, tendo em mãos o processo de desenvolvimento final da ideia dentro de sua própria estrutura. Essa possibilidade se refere a uma determinada possibilidade de produção interna. Grande parte da produção final é realizada por terceiros e supervisionada e dirigida criativamente pelos profissionais da agência.

O SINAPRO/RS, com o objetivo de fomentar a qualidade técnica dos trabalhos produzidos pelas agências de publicidade, entra em consonância com pesquisa realizada em outras regiões sobre eventuais negociações de custos internos entre clientes e agências. Desta pesquisa, se obteve a informação de que descontos muito elevados sobre os preços constantes na presente lista referencial tem o potencial de afetar negativamente a qualidade e o ritmo dos serviços prestados pelas Agências. Esta consequência, a longo prazo, possui o condão de fragilizar a atividade publicitária no Rio Grande do Sul, prejudicando tanto clientes, quanto agências.

Dessa forma, no tocante aos custos internos, o SINAPRO/RS recomenda que, ainda quando haja negociação dos seus valores por circunstâncias especiais, a exemplo do montante da verba publicitária, eventual percentual de desconto sobre os valores constantes na pre-



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01



sente tabela não ultrapasse 50% (cinquenta por cento), como forma de estímulo à manutenção e também ao aprimoramento da qualidade dos serviços prestados pelas agências de publicidade no âmbito do Rio Grande do Sul.

## Prazos Mínimos

Os prazos mínimos (em dias úteis) necessários para execução de peças são os seguintes, a partir da aprovação do Briefing pelo Cliente: Criação de:

Campanhas..... 10 dias  
Peças avulsas..... 3 dias  
Peças de oportunidade..... 1 dia

Elaboração de planos de mídia para:

Campanhas..... 10 dias  
Peças avulsas..... 2 dias

## Taxa de Urgência

Sempre que os prazos não forem suficientes, o Anunciante pagará uma taxa de urgência à agência de 20% (vinte por cento) sobre o valor dos custos dos serviços internos para o ressarcimento dos custos adicionais, tais como: horas extras, lanches e transporte dos profissionais da agência.

## Peças Similares

As peças não especificadas nesta Tabela serão orçadas por avaliação e referência de peças similares, ou ainda de comum acordo entre Agência e Anunciante.



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01

## Custos Externos

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/ terceiros para a execução dos trabalhos dos Clientes/Anunciantes e que são executados sob supervisão ou não da Agência.

Os honorários da Agência incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros, devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP.

A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao “desconto-padrão de Agência”, será devida pelo Veículo, sendo que o percentual de 20% (vinte por cento) correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor da veiculação, conforme previsto no item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária. Serviços não previstos nesta Tabela são de livre acordo entre a Agência e o Anunciante, baseados na similaridade entre os itens existentes.

## Serviços Especiais

HORA TÉCNICA PARA CONSULTORIA E AESSORIA EM SERVIÇOS ESPECIAIS		
ITEM	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	TOTAL (R\$)
SE1	DIRETOR (por hora)	1.711,46
SE2	GERENTE/SUPERVISOR (por hora)	1.144,28
SE3	ANALISTA/ASSISTENTE (por hora)	800,32
SE4	LEVANTAMENTO DE DADOS SOBRE O CLIENTE, PRODUTOS E CONCORRÊNCIA E/OU ELABORAÇÃO DE BRIEFING (quando os dados não forem fornecidos pelo cliente) (por hora)	1.144,28
SE5	PESQUISA EM BANCOS DE IMAGEM / VÍDEO	800,32



CMBGCCPA202600032V01



## Criação de Campanhas

ITEM	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	TOTAL (R\$)
CC1	CRIAÇÃO DE TEMA/CONCEITO DE CAMPANHA	44.733,59
CC2	MUDANÇA DE BRIEFING	14.910,34

Pagamento pelo serviço da Agência de criação conceitual da campanha. A remuneração do valor do trabalho inicial da agência com a formulação de ideia criativa e ainda a apresentação da campanha. A remuneração da criação de tema/conceito de campanha deverá ser acrescida do valor de criação de cada peça criada.

A remuneração de serviço de criação de Tema/Conceito de campanha será feita independentemente de sua aprovação ou verba de mídia.

## Concorrência entre agências

A remuneração aplicada para as agências convidadas em concorrências segue o parâmetro estabelecido no título Criação de Campanhas, independentemente da escolha ou não de uma ou mais agências para a execução do trabalho/campanha e/ou contrato.

É considerada uma boa prática a reunião das agências que atendem o mesmo cliente para alinhamento e padronização dos formatos de cobranças.





Atualização de  
com base no  
acumulado de  
12.2024 a 11.2025.

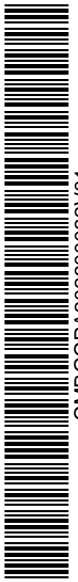
Percentual  
de correção do  
período: 4,46%

# Sinapro.RS

SISTEMA NACIONAL  
DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



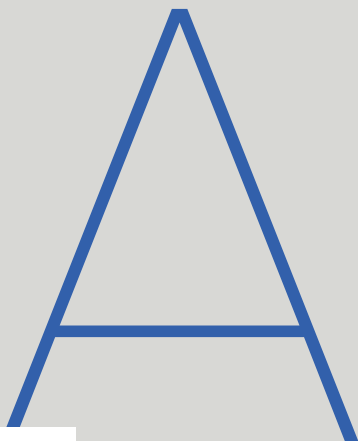
Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCPA202600032V01

SIGA

**PEÇAS  
GRÁFICAS**



**SI.**



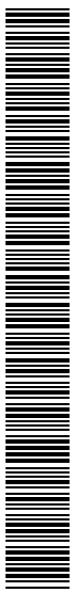
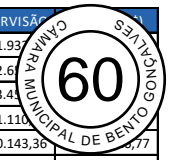
CMBGCCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



ITEM	1 - PEÇAS PROMOCIONAIS (AVULSAS)	criação	FINALIZAÇÃO	SUPERVISÃO	
1	AÇÃO PROMOCIONAL (Acompanhamento)	3.903,16	1.951,56	1.930,10	
2	ADESIVO (automóvel, vitrine)	2.341,91	1.170,90	2.612,20	
3	ADESIVO (automóvel, vitrine, acima de 20x40cm)	3.044,47	1.522,20	3.412,20	
4	ADESIVO PARA CD	2.221,51	1.110,72	1.110,72	
5	AGENDA (desenvolvimento do conteúdo/modelo)	20.286,69	20.286,72	10.143,36	
6	APLICAÇÃO DE LOGO EM PEÇAS PRONTAS	-	6.086,01	8.114,68	14.200,69
7	BANNER	2.341,91	1.170,90	1.170,90	4.683,71
8	BLOCO	2.209,62	1.104,75	2.630,46	5.944,83
9	BONÉ E CHAPÉU (criação de layout)	4.683,82	2.341,80	5.575,89	12.601,50
10	BRINDE (especial c/ criação exclusiva)	9.479,08	4.739,58	4.460,78	18.679,44
11	BROADSIDE (relatório até 4 páginas)	6.133,55	3.066,74	1.564,05	10.764,34
12	BROADSIDE (relatório acima de 4 páginas)	11.151,88	5.575,96	2.843,73	19.571,58
13	CALENDÁRIO	12.809,65	12.809,69	6.404,84	32.024,19
14	CAMISETA (criação de layout)	8.661,23	4.436,27	2.226,58	15.324,08
15	CAPA CARNÊ	2.341,91	1.170,90	585,45	4.098,26
16	CARNÊ (miolo - por página)	1.170,89	613,31	306,66	2.090,86
17	CAPA CATÁLOGO/MANUAL/PERFIL/CARTILHA	3.903,16	1.951,56	1.932,06	7.786,77
18	CAPA DE CD	4.572,26	2.341,91	1.170,95	8.085,13
19	CAPA PARA REVISTA/LIVRO	11.099,82	5.551,57	2.775,79	19.427,18
20	CARDÁPIO	3.903,16	3.903,16	1.951,58	9.757,89
21	CARTÃO DE CRÉDITO	3.903,16	1.951,56	1.951,58	7.806,30
22	CARTÃO SIMPLES E CARTÃO POSTAL, PARA NATAL, ANIVERSÁRIO, ETC.	6.632,47	3.344,89	3.316,23	13.293,59
23	CARTÃO COM LAYOUT ESPECIAL, PARA NATAL, ANIVERSÁRIO, ETC.	12.121,84	6.102,77	6.060,92	24.285,53
24	CARTAZ/POSTER	9.479,08	4.739,58	2.417,17	16.635,83
25	CATÁLOGO/MANUAL/PERFIL/CARTILHA/FOLDER (até 4 páginas)	10.594,29	5.297,17	5.297,17	21.188,63
26	CATÁLOGO/MANUAL/PERFIL/CARTILHA/FOLDER (de 5 a 12 páginas)	13.939,86	6.969,93	6.969,93	27.879,73
27	CATÁLOGO/MANUAL/PERFIL/CARTILHA/FOLDER (acima de 12 páginas, por página)	1.170,90	613,31	613,31	2.397,52
28	CATÁLOGO/MANUAL/PERFIL/CARTILHA/FOLDER (acima de 12 páginas, por página) fechamento para digital/WEB	1.170,90	613,31	613,31	2.397,52
29	CD	4.337,20	2.221,51	1.110,75	7.669,46
30	CERTIFICADO/DIPLOMA	2.341,91	1.170,90	585,45	4.098,26
31	CONVITE SIMPLES	5.879,70	2.940,65	1.470,33	1
32	CONVITE ESPECIAL	10.992,71	5.496,40	2.748,20	1
33	CRACHÁ/CÉDULA IDENTIDADE/BOTOM	2.341,91	1.170,90	585,45	
34	DIGITAÇÃO DE TEXTO (por lauda)	629,39	-	314,70	
35	DIGITAÇÃO DE TEXTO OUTRO IDIOMA (por lauda)	944,09	-	472,04	
36	EMBLEMA/DISTINTIVO/PIN	3.903,16	1.951,56	975,78	
37	TAG DE PRODUTO	1.672,77	836,38	418,19	
38	FICHA DE INSCRIÇÃO/CUPOM	2.341,91	1.170,90	585,45	
39	FLÂMULA	2.341,91	1.170,90	585,45	
40	FOLHETO PROMOCIONAL/ENCARTE/TABLÓIDE (por página)	1.170,90	1.170,90	585,45	
41	MALA DIRETA	3.903,16	1.951,56	1.932,06	
42	MANIPULAÇÃO / TRATAMENTO DE IMAGEM	-	-	19.873,71	1
43	MARCADOR DE PÁGINA	1.672,77	836,38	836,38	
44	MEDALHA/PLACA DE HOMENAGEM	3.507,12	1.753,56	1.753,56	
45	OBTENÇÃO DE FOTOS E IMAGENS	-	-	19.873,71	1
46	PAPEL CARTA/ENVELOPE	2.341,91	1.170,90	1.170,95	
47	PASTA SIMPLES	2.341,91	1.170,90	1.170,95	
48	RÉGUA	2.341,93	1.170,89	1.170,96	
49	REVISTA/LIVRO - PROJETO GRÁFICO	-	-	-	9
50	REVISTA/LIVRO - PROJETO EDITORIAL	-	-	-	9
51	REVISTA/LIVRO (até 8 páginas)	12.267,06	6.133,55	3.066,77	2
52	REVISTA/LIVRO (acima de 8 páginas, por página)	1.672,77	836,38	418,19	



CMBGCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
 Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>

53	SELO PROMOCIONAL E COMEMORATIVO	2.341,91	1.170,90	585,77	1.645,24
54	SOBRECAPA	11.099,83	5.551,59	2.770,41	2.770,41
55	TROFÉU	5.018,37	2.509,15	1.254,57	1.254,57
56	VOUCHER	3.066,74	1.533,42	1.254,57	1.254,57
57	INFOGRÁFICO	5.649,16	4.236,87	2.118,08	2.118,08
	<b>2 - PLANEJAMENTO PROMOCIONAL</b>	<b>criação</b>	<b>FINALIZAÇÃO</b>	<b>SUPERVISÃO</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
58	PLANEJAMENTO DE CALENDÁRIO PROMOCIONAL ANUAL	132.569,31	-	-	132.569,31
59	PLANEJAMENTO DE CONVENÇÃO	117.839,39	-	-	117.839,39
60	PLANEJAMENTO DE EVENTOS	117.839,39	-	-	117.839,39
61	PLANEJAMENTO DE AÇÃO PROMOCIONAL	101.005,19	-	-	101.005,19
	<b>3 - MATERIAL DE PONTO DE VENDA</b>	<b>criação</b>	<b>FINALIZAÇÃO</b>	<b>SUPERVISÃO</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
62	BIOMBO	4.447,78	2.223,89	2.223,89	8.895,55
63	BOLAS E BALÕES	3.066,74	1.533,42	1.533,37	6.133,53
64	CABIDE	4.337,21	2.168,57	2.146,91	8.652,69
65	CAPA DE ANTENA/ALARME	8.568,62	4.284,29	5.998,01	18.850,92
66	CARTELA DE PREÇO VAREJO E JOGO AMERICANO	1.672,77	836,38	836,38	3.345,53
67	COSTADOS DE BANCA	4.008,59	2.004,26	2.004,26	8.017,11
68	CUBO	5.712,41	2.856,21	2.856,21	11.424,83
69	DECORAÇÃO/VITRINE	6.022,03	3.011,02	5.018,37	14.051,42
70	DISPLAY DE MESA/TAKE ONE	4.337,20	2.168,56	3.036,02	9.541,79
71	DISPLAY (até 1,60m)	5.712,41	2.856,21	3.998,66	12.567,28
72	DISPLAY (mais de 1,60m - Carrinhos, Córners)	8.568,62	4.284,29	5.998,01	18.850,92
73	DISPLAY DE MALL	8.568,62	4.284,29	5.998,01	18.850,92
74	DISPLAY DE POSTE	8.568,62	4.284,29	5.998,01	18.850,92
75	ESTANDE PERMANENTE	21.077,07	10.538,57	15.055,06	46.670,70
76	ESTANDE TEMPORÁRIO	15.055,04	7.527,52	10.036,71	32.619,27
77	FAIXA DE GÔNDOLA	3.066,74	1.533,42	1.533,37	6.133,53
78	FAIXA CONTÍNUA	4.443,01	2.221,43	2.221,51	8.885,95
79	FLOOR DOOR	4.337,20	2.168,56	2.168,60	8.674,36
80	FUNDO DE SLATWALL	4.337,20	2.168,56	2.168,60	8.674,36
81	GANCHEIRA	4.337,20	2.168,56	2.168,60	8.674,36
82	INFLÁVEIS (DESENVOLVIMENTO)	4.572,26	2.286,11	2.286,13	9.144,51
83	INFLÁVEIS (MODELO JÁ EXISTENTE)	1.672,77	836,38	836,38	3.345,53
84	LUMINOSO/FACHADA DE LOJA	3.903,16	1.951,56	1.951,58	7.806,30
85	MARCADOR DE ESPAÇO/SINALIZADOR (até 10x10cm)	3.066,74	1.533,42	1.533,37	6.133,53
86	MARCADOR DE ESPAÇO/SINALIZADOR (acima de 10x10cm)	3.986,78	1.993,39	1.973,45	7.953,62
87	MÓBILE	3.903,16	1.951,56	1.951,56	7.806,30
88	PAINEL/PLACA DE OBRA (INCLUSIVE TÉCNICA) E PROMOCIONAL	3.066,74	1.533,42	1.533,42	6.133,58
89	PEGBOARD	4.337,20	2.168,56	2.168,56	8.674,36
90	REVISTEIRO	3.924,51	1.962,25	1.962,25	7.848,01
91	TAPUME (A CADA 15M LINEARES)	6.022,03	3.011,02	3.011,02	12.044,07
92	TENDAS/GAZEBO/QUIOSQUE	9.033,05	4.516,50	6.691,14	20.240,69
93	TESTEIRA	4.318,93	2.168,57	2.168,57	8.656,07
94	TÓTEM	8.568,62	4.284,29	6.347,11	19.199,02
95	PULPITO	8.568,62	4.284,29	6.347,11	19.199,02
96	URNA (até 1,60m)	5.712,41	2.856,21	3.998,66	12.567,28
97	URNA (mais de 1,60m)	8.568,62	4.284,29	5.998,01	18.850,92
98	WOBLER/STOPPER	3.066,75	1.533,42	1.533,42	6.133,59
	<b>4 - PEÇAS DE MARKETING DIRETO</b>	<b>criação</b>	<b>FINALIZAÇÃO</b>	<b>SUPERVISÃO</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
99	BERÇO SIMPLES PARA CARTÃO DE CRÉDITO	3.129,85	1.563,37	781,68	5.474,90
100	BERÇO ELABORADO PARA CARTÃO DE CRÉDITO	4.693,21	2.346,63	1.173,31	8.213,15
101	BROADSIDE SIMPLES (por dobra)	5.562,80	2.781,40	1.390,70	9.734,90
102	BROADSIDE ELABORADO (por dobra)	6.953,51	3.478,29	1.739,15	12.170,95
103	CARTA SIMPLES (só texto, por página)	6.953,51	3.478,29	1.773,41	12.205,21



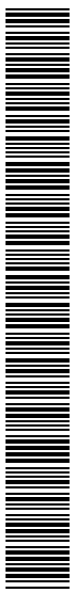
CMBGCCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
 Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



104	CARTA ELABORADA (texto e diagramação, por página)	8.692,64	4.347,88	2.216,16	11.141,44
105	CARTÃO DE CRÉDITO OU CARTÃO FIDELIDADE (DESENVOLVIMENTO CONCEITUAL)	33.031,44	16.515,74	8.257,87	24.773,61
106	CATÁLOGO BONECO - CONCEITUALIZAÇÃO (nome, projeto gráfico, seções, etc.)	69.541,18	-	34.770,59	104.311,77
107	CATÁLOGO (por página)	2.642,64	1.982,64	1.304,36	5.929,64
108	CINTA PARA JORNAL	5.214,35	2.608,71	1.304,36	8.127,42
109	CRC SIMPLES (CUPONS-RESPOSTA PROMOCIONAIS, CUPONS-BÔNUS, ETC)	6.953,51	5.214,35	2.607,18	14.775,04
110	CRC ELABORADO (PROPOSTA DE CRÉDITO, PESQUISAS, FICHAS DE INSCRIÇÃO, ETC)	10.431,81	7.823,06	3.911,53	22.166,40
111	ENCARTE SIMPLES SEM DOBRA (frente e verso) /STUFFER/ LÂMINA/ VOLANTE	5.214,35	2.608,71	1.304,36	9.127,42
112	ENCARTE ELABORADO SEM DOBRA (frente e verso) / STUFFER / LÂMINA / VOLANTE	12.170,94	6.083,93	3.041,97	21.296,83
113	ENVELOPE SIMPLES	3.129,85	1.563,37	781,68	5.474,90
114	ENVELOPE ELABORADO (formatos diferenciados)	4.520,56	2.260,26	1.130,13	7.910,96
115	FATURAS E EXTRATOS EM GERAL (CARTÕES DE CRÉDITO, CONTAS TELEFÔNICAS, ETC)	5.214,35	3.913,07	1.956,53	11.083,95
116	FOLHETO / FLYER / VOLANTE (por página)	8.692,64	4.347,88	2.173,94	15.214,46
117	LÂMINA PARA PASTA	5.214,35	2.608,71	1.304,36	9.127,42
118	LIVRETO ATÉ 15 PÁGINAS (por página)	3.823,67	1.911,82	955,91	6.691,39
119	MALA DIRETA SIMPLES AUTO-ENVELOPÁVEL ATÉ 3 DOBRAS (SELF MAILER SIMPLES ATÉ 3 DOBRAS)	13.906,99	6.953,51	3.476,76	24.337,27
120	MALA DIRETA ELABORADA AUTO-ENVELOPÁVEL ATÉ 3 DOBRAS (SELF MAILER ELABORADO ATÉ 3 DOBRAS)	17.385,29	8.692,64	4.346,32	30.424,25
121	MALA DIRETA COMPLETA (ENVELOPE, FOLDER, CARTA E CUPOM)	33.728,34	16.864,19	8.432,09	59.024,62
122	MALA DIRETA OUTSTANDING (COMPLETA COM ITENS E/OU EMBALAGENS TRIDIMENSIONAIS)	43.463,25	21.733,16	10.866,58	76.062,99
123	NEWSLETTER BONECO - CONCEITUALIZAÇÃO	52.155,90	-	-	52.155,90
124	NEWSLETTER SIMPLES - edições por página	4.520,56	3.388,86	1.694,43	9.603,85
125	NEWSLETTER ELABORADO - edições por página	5.649,16	4.236,87	2.118,43	12.004,46
126	PAPELARIA BÁSICA (3 PEÇAS: ENVELOPE, PAPEL DE CARTA E CARTÃO DE VISITA)	9.910,67	4.955,34	2.477,67	17.343,68
127	PASTA CANGURU (ELABORADA)	4.693,21	2.346,63	1.173,31	8.213,15
128	RELATÓRIO ANUAL OU DIRETORIA	48.677,60	36.509,74	18.254,87	103.442,21
129	RELATÓRIOS DIVERSOS (DESENV. CONTEÚDO) por página	713,10	-	-	713,10
130	RELATÓRIOS DIVERSOS (DESENV. CONTEÚDO) por página FECHAMENTO DIGITAL/WEB	713,10	-	-	713,10
131	SCRIPT DE TELEMARKETING (só texto)	8.692,64	4.347,88	2.173,16	15.213,68
132	WELCOME PACKAGE SIMPLES	33.031,44	16.515,74	8.257,87	57.805,05
133	WELCOME PACKAGE ELABORADO	41.289,31	20.644,68	10.322,34	72.256,33
	<b>5 - EMBALAGENS</b>	<b>criação</b>	<b>finalização</b>	<b>supervisão</b>	<b>TO</b>
134	BERÇO (para embalagem já existente)	12.348,69	6.021,72	6.021,72	24.392,13
135	BLISTER/CARTELA	9.182,84	5.211,37	5.211,37	19.605,58
136	CAIXA SIMPLES	8.183,29	4.091,65	4.091,65	16.366,59
137	CAIXA ELABORADA	15.197,54	7.598,77	7.598,77	30.395,08
138	LUVA/CINTA (para embalagem já existente)	7.654,99	5.727,48	5.727,48	19.109,95
139	PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE EMBALAGEM	66.911,30	10.036,71	6.691,14	83.639,15
140	RÓTULO	15.581,99	10.396,34	10.396,34	36.374,67
141	SÁCOLA	5.018,37	7.248,73	7.248,73	19.515,83
142	VARIAÇÃO/ADAPTAÇÃO (por unidade)	7.806,31	7.527,52	1.393,97	16.727,80
	<b>6 - IDENTIDADE VISUAL</b>	<b>criação</b>	<b>finalização</b>	<b>supervisão</b>	<b>TO</b>
143	CADERNO	4.683,82	2.341,84	1.116,78	8.142,44
144	CARTÃO DE VISITA	1.170,90	613,31	292,48	2.076,69
145	FROTA (desenvolvimento e aplicação individual)	5.352,89	2.676,44	1.338,25	9.367,58
146	ILUSTRAÇÃO/CONCEPT	20.930,71	-	13.604,96	34.535,67
147	MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL	52.971,44	26.485,72	13.939,86	93.397,02
148	MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL (versão reduzida)	21.188,57	10.594,29	5.575,95	37.358,81
149	PAPEL CARTA/PASTA SIMPLES	2.341,91	1.170,90	557,28	4.070,09
150	PAPELARIA/MATERIAL DE EXPEDIENTE (até 5 aplicações)	10.733,71	4.878,99	3.903,16	19.515,86



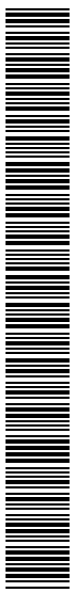
CMBGCPA20260032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



151	PROJETO DE SINALIZAÇÃO INTERNA/EXTERNA (até 500 m2)	60.220,20	-	12.267,00	
152	PROJETO DE SINALIZAÇÃO INTERNA/EXTERNA (acima de 500 m2)	90.330,30	-	18.400,00	
153	UNIFORME (aplicação marca/logo)	-	2.509,15	3.400,00	
154	UNIFORME	20.930,71	-	13.600,00	
<b>7 - MARCAS</b>		<b>criação</b>	<b>finalização</b>	<b>supervisão</b>	<b>total</b>
155	GIMMICK	17.564,23	2.509,15	4.786,33	20.859,71
156	LETTERING ESPECIAL	10.705,81	-	2.552,66	13.258,47
157	MARCA CORPORATIVA/EMPRESA	31.225,26	-	10.104,40	41.329,66
158	MARCA PRODUTO/SERVIÇO/EVENTO	20.073,38	-	4.786,33	24.859,71
159	NOME	4.962,61	-	1.191,03	6.153,64
160	SLOGAN	7.443,94	-	1.786,54	9.230,48
161	VINHETA PROMOCIONAL/EDITORIAL P&B	4.172,12	-	1.001,31	5.173,43
162	VINHETA PROMOCIONAL/EDITORIAL COR	5.562,80	-	1.335,07	6.897,87
<b>8 - MÍDIA EXTERNA/COMUNICAÇÃO VISUAL</b>		<b>criação</b>	<b>finalização</b>	<b>supervisão</b>	<b>TOTAL (RS)</b>
163	MOBILIÁRIO URBANO E/OU BANCA DE REVISTAS	8.017,71	4.008,86	4.008,29	16.034,85
164	APLICAÇÃO DE LOGOMARCA EM MOBILIÁRIO URBANO	-	2.004,26	2.004,26	4.008,53
165	BANDEIROLA / BANDEIRA	6.010,89	3.005,41	3.005,45	12.021,75
166	BALÃO EXTERNO/BLIMP	2.843,53	1.421,80	1.407,56	5.672,89
167	BLOCOS DE SEGURANÇA (RUA)	2.887,94	1.443,95	1.443,97	5.775,86
168	BUSDOOR/ BUSTOP/ TRASEIRA DE TAXI	4.856,15	2.428,83	2.428,07	9.713,05
169	CABINE	4.008,29	2.004,71	2.004,14	8.017,15
170	CANCELAS	2.341,91	1.170,89	1.170,95	4.683,75
171	CAVALETE	5.341,78	2.670,89	2.670,89	10.683,57
172	EMPENA PARA PRÉDIO	7.907,44	3.953,72	3.953,72	15.814,89
173	ENVELOPAMENTO DE FROTA	12.508,74	2.957,68	2.957,68	18.424,09
174	ESCADA ROLANTE	6.022,03	3.011,02	3.011,02	12.044,06
175	FAIXA DE RUA E DE MESA	2.341,91	1.170,89	1.170,95	4.683,75
176	FRONT LIGHT/BACK E TRIEDRO (lona/adetivo por face)	8.336,03	4.168,03	4.168,01	16.672,07
177	FUNDO DE PALCO / TAPADEIRA	3.044,47	1.522,19	1.522,23	6.088,89
178	PAINEL TREM EXTERNO/INTERNO	5.341,78	2.670,89	2.670,89	10.683,57
179	PAINEL DE LED	21.042,74	10.521,37	10.521,37	42.085,48
180	PAINEL - até 50m²	5.341,78	2.670,89	2.670,89	10.683,57
181	PAINEL - acima de 50m²	14.028,50	7.014,25	7.014,25	28.057,00
182	PINTURA (portão, muro, arquiabancada, etc.)	8.568,62	4.284,28	4.241,46	17.094,36
183	PIRULITO (para esquina, de mão, etc.)	7.907,44	3.953,72	3.953,72	15.814,89
184	PRISMA DE SINALIZAÇÃO	5.341,78	2.670,89	2.670,89	10.683,57
185	PÓRTICO	8.568,62	4.284,29	6.347,12	19.199,93
186	PORTAS	8.568,62	4.284,29	4.241,46	17.094,36
187	PROJETO DE LETRAS CAIXA (até 10 letras)	6.133,58	6.133,58	6.133,58	18.400,74
188	PROJETO DE LETRAS CAIXA (acima de 10 letras, valor por letra)	6.317,59	6.317,59	6.317,59	19.052,77
189	OUTDOOR	7.248,72	3.624,36	3.624,36	14.507,44
190	RAMPAS	6.022,03	3.011,02	3.011,02	12.044,06
<b>9 - ANÚNCIOS EM JORNAIS</b>		<b>criação</b>	<b>finalização</b>	<b>supervisão</b>	<b>total</b>
191	Até 20 cm/col	334,52	507,39	253,69	1.095,60
192	De 21 a 50 cm/col	736,02	1.126,37	563,18	2.425,57
193	De 51 a 80 cm/col	1.087,28	1.611,41	805,71	3.504,40
194	De 81 a 100 cm/col	1.472,07	2.208,09	1.104,04	4.784,20
195	De 101 a 150 cm/col	2.341,91	3.507,29	1.753,64	7.602,84
196	De 151 a 200 cm/col	2.910,61	4.365,94	2.182,97	9.459,52
197	De 201 a 250 cm/col	3.038,88	4.510,95	2.255,47	10.805,30
198	De 251 a 280 cm/col	3.128,13	4.694,93	2.347,47	10.170,53
199	De 281 a 320 cm/col	3.462,64	5.191,24	2.595,62	11.249,50
200	De 321 a 432 cm/col	4.142,98	6.256,18	3.128,09	13.527,25
201	Acima de 433 cm/col	5.982,98	9.016,30	4.508,15	19.507,43



CMBGCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



10 - BALANÇO		criação	finalização	supervisão	
202	Até 60 cm/col	-	3.791,64	1.874,25	
203	Até 108 cm/col	-	5.687,44	2.414,25	
204	Até 216 cm/col	-	7.081,49	3.514,25	
205	Até 268 cm/col	-	8.531,18	4.264,25	
206	Acima de 268 cm/col	-	10.315,50	5.157,75	17,3,25
11 - ANÚNCIOS REVISTAS/LIVROS/AGENDAS E ANUÁRIOS		criação	finalização	supervisão	TOTAL (R\$)
207	1/4 página	1.354,96	2.230,35	1.115,18	4.700,49
208	1/3 página	2.202,49	3.289,81	1.644,90	7.137,21
209	1/2 página	2.670,90	4.070,43	2.035,22	8.776,56
210	Página Inteira	3.886,45	5.966,24	2.983,12	12.835,80
211	Página Dupla	6.367,70	9.702,15	4.851,08	20.920,93
12 - FECHAMENTO DE ARQUIVO		criação	finalização	supervisão	TOTAL (R\$)
212	Até o formato 45x63cm	-	1.784,33	892,16	2.676,49
213	Até o formato 64x96cm	-	2.676,49	1.338,25	4.014,74
214	Até o formato 97x150cm	-	4.014,74	2.007,37	6.022,11
215	Até o formato 151x200cm	-	6.022,11	3.011,06	9.033,17
216	Do formato 201cm em diante	-	9.033,17	4.516,58	13.549,75

**Observações:**

- a) Refação = 50% do valor de Criação
- b) Adaptação = 50% do valor de Criação e 100% dos valores de Produção, Supervisão e Finalização originalmente aprovados



CMBGCPA202600032V01



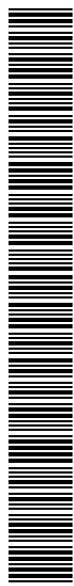
Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar/?n=187806.1209668-279>

**PEÇAS  
&  
ELETRÔNICAS**



**B**

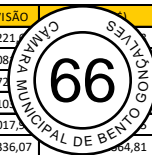
**SI.**



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



1- PEÇAS ELETRÔNICAS	criação	Produção	Finalização	Supervisão	
217 ANIMATICS/STORYBOARD	4.937,10	2.468,55	2.221,69	2.221,69	
218 AUDIOVISUAL (sinopse)	28.437,28	14.218,64	18.081,57	18.081,57	
219 ESPERA TELEFÔNICA	6.412,32	3.206,16	3.722,68	3.722,68	
220 FILME/VT/WEB até 15" (roteiro)	21.038,02	10.519,01	13.103,82	13.103,82	
221 FILME/VT/WEB até 30" (roteiro)	27.322,10	13.661,05	17.017,95	17.017,95	
222 FILME/VT/WEB acima de 30" (roteiro)	35.128,45	17.564,23	22.336,07	22.336,07	
223 VÍDEO PARA PAINEL ELETRÔNICO até 15"	12.622,81	6.311,41	7.862,29	7.862,29	34.658,81
224 VÍDEO PARA PAINEL ELETRÔNICO até 30"	16.393,26	8.196,63	10.210,77	10.210,77	45.011,43
225 GRAVAÇÃO DE CD, DVD, PEN DRIVE (por dispositivo)	-	-	2.468,55	2.468,55	4.937,10
226 JINGLE até 30"	13.382,24	6.691,12	8.508,99	8.508,99	37.091,33
227 JINGLE acima de 30"	20.073,38	10.036,69	12.763,43	12.763,43	55.636,93
228 LAYOUT/MONSTRO	4.937,10	2.468,55	2.221,69	2.221,69	11.849,03
229 ROTEIRO DE VÍDEO	27.322,10	13.661,05	16.659,24	17.017,95	74.660,34
230 SPOT até 30"	12.824,65	6.412,32	7.445,35	7.445,35	34.127,66
231 SPOT acima de 30"	18.400,61	9.200,30	11.699,81	11.699,81	51.000,54
232 TEXTO DE RÁDIO/MERCHAN até 30"	3.903,16	1.951,58	2.787,98	2.787,98	11.430,70
233 TEXTO DE RÁDIO/MERCHAN acima de 30"	5.854,74	2.927,37	4.181,97	4.181,97	17.146,04
234 VINHETA (sem áudio)	11.709,47	5.854,74	7.806,31	7.806,31	33.176,84
235 VINHETA (com áudio)	17.564,21	8.782,10	11.709,47	11.709,47	49.765,26
236 LIBERAÇÃO DE LINK PARA VEICULAÇÃO	-	-	-	12.959,88	12.959,88
237 MANIFESTO	35.128,46	21.628,59	22.336,06	22.336,07	101.429,17
238 VÍDEO TUTORIAL	27.322,09	13.661,05	16.659,24	17.017,95	74.660,33
239 ROTEIRO DE PODCAST (até 30")	29.622,58	-	-	14.811,28	44.433,87
240 PROJEÇÃO MAPEADA	85.880,90	-	-	15.155,45	101.036,35
241 VÍDEO CASES	17.279,84	8.639,92	9.969,13	10.367,90	46.256,79
242 WEBSÉRIE (piloto)	29.622,58	14.811,29	17.089,95	17.773,55	79.297,36
243 WEBSÉRIE (até dez episódios)	29.622,58	29.622,58	17.089,95	17.773,55	94.108,65



**Observações:**

- a) Refação = 50% do valor de Criação
- b) Adaptação = 50% do valor de Criação e 100% dos valores de Produção, Supervisão e Finalização originalmente aprovados



CMBGCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>

**PEÇAS  
MULTIMÍDIA /  
DIGITAL**



**SI.**

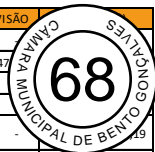


CMBGCCPA202600032V01

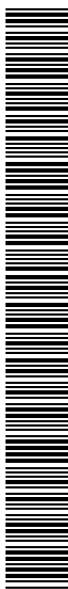


Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento N<sup>o</sup>: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>

**SIGA**



	1 - PROJETO E PLANEJAMENTO	criação	produção	finalização	supervisão	
244	PLANEJAMENTO DE PROJETO DIGITAL (estratégico + tático)	44.852,56	-	-	-	
245	PROTÓTIPO DE PROJETO DIGITAL (wireframes) - arquitetura	30.213,98	3.581,58	3.581,58	7,47	
246	BENCHMARK (avulso)	18.469,52	-	-	-	
247	DIREÇÃO DE ARTE (conceito para projeto)	21.108,03	-	-	-	
248	ANÁLISE DE TECNOLOGIA (diagnóstico de TI ou saúde digital da marca ou tema)	14.950,19	-	-	-	
249	TAG BOOK (especificação de métricas)	14.950,19	-	-	-	14.950,19
250	SEO BOOK (especificação de ações para busca orgânica)	37.377,47	-	-	-	37.377,47
251	GESTÃO DE PROJETOS (PMI)	-	-	-	98.943,88	98.943,88
252	ANÁLISE DE MERCADO MARKET EXPLORER (para entendimento da presença digital e TAM/SAM)	37.377,47	-	-	-	37.377,47
	2 - BI	criação	produção	finalização	supervisão	TOTAL (R\$)
253	ANÁLISE WEB METRICS (mensal)	-	-	-	14.685,43	14.685,43
254	DASHBOARD (não contempla programação)	-	3.579,39	3.579,39	7.158,79	14.317,58
	3 - CAMPANHAS DIGITAIS	criação	produção	finalização	supervisão	TOTAL (R\$)
255	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	26.385,03	-	-	-	26.385,03
256	PLANEJAMENTO DE MÍDIA	26.385,03	-	-	-	26.385,03
257	MONITORAMENTO DE MENÇÕES À MARCA NA WEB E GERAÇÃO DE RELATÓRIO COM RESULTADOS	-	1.851,41	1.851,41	3.702,82	7.405,64
258	MONITORAMENTO DE MENÇÕES À MARCA PARA INTERAÇÕES (monitoramento ativo, por diária)	-	246,85	246,85	493,71	987,42
259	RELATÓRIO SEMANAL SIMPLES (parciais durante a campanha)	-	2.098,27	2.098,27	4.196,53	8.393,06
260	RELATÓRIO DE ANÁLISE DE MÉTRICAS IN-SITE	-	1.851,41	1.851,41	3.702,82	7.405,64
261	RELATÓRIO DE ANÁLISE DE MÉTRICAS OFF-SITE	-	3.702,82	3.702,82	7.405,64	14.811,29
262	RELATÓRIO COMPLETO (final da campanha)	-	3.579,39	3.579,39	7.158,79	14.317,58
	4 - INFLUENCIADORES	criação	produção	finalização	supervisão	TOTAL (R\$)
263	PLANEJAMENTO E DEFINIÇÃO DE MÉTRICAS E METAS DO PROJETO	3.209,11	802,28	802,28	1.604,56	6.418,23
264	ESTRATÉGIA DE DISSEMINAÇÃO	7.405,64	1.851,41	1.851,41	3.702,82	14.811,29
265	GESTÃO DE DISSEMINAÇÃO ONLINE	-	1.234,27	1.234,27	2.468,55	4.937,10
266	DIGITAL PR - ATIVAÇÃO DE INFLUENCIADORES (até 10)	2.468,55	617,14	617,14	1.234,27	4.937,10
267	MAPEAMENTO DE INFLUENCIADORES (blogueiros e betas, por formador de opinião)	-	123,43	123,43	246,85	493,71
268	PESQUISA DADOS CADASTRAIS DE FORMADORES DE OPINIÃO P/ CONTATO (endereço + e-mail, por formador de opinião)	-	98,74	98,74	197,48	394,97
269	REALIZAÇÃO DE CONTATO COM FORMADORES DE OPINIÃO (por formador de opinião)	-	61,71	61,71	123,43	246,85
270	NEGOCIAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE POSTS PAGOS DE INFLUENCIADORES (por influenciador)	-	123,43	123,43	246,85	493,71
271	MONITORAMENTO DE POSTS PAGOS E MÍDIA ESPONTÂNEA EM REDES SOCIAIS, SITES E BLOGS	-	3.085,69	3.085,69	6.171,37	
272	PLANEJAMENTO E MECÂNICA DE PROMOÇÃO OU CONCURSO	7.440,20	3.720,10	3.720,10	3.720,10	
273	MEDIAÇÃO MENSAL DE PROMOÇÃO OU CONCURSO	-	-	-	-	7.440,20
274	RELATÓRIO PARCIAL	-	863,99	863,99	1.727,98	
275	RELATÓRIO COMPLETO	-	3.579,39	3.579,39	7.158,79	
	5 - ANÚNCIOS DISPLAY	criação	produção	finalização	supervisão	TOT
276	BANNER ESTÁTICO (quaisquer dimensões)	5.982,98	4.508,15	4.508,15	4.508,15	
277	BANNER EXPANSÍVEL (quaisquer dimensões)	6.581,27	4.958,99	4.958,99	4.958,99	
278	BANNER ANIMADO	7.179,57	5.409,78	5.409,78	5.409,78	
279	GIF (quaisquer dimensões)	5.982,98	4.508,15	4.508,15	4.508,15	
	6 - OUTRAS PEÇAS	criação	produção	finalização	supervisão	TOT
280	WALLPAPER	2.341,91	-	1.125,87	557,27	
281	PRESENTATION EM FLASH	44.433,87	11.108,47	10.681,21	31.103,71	
282	PRESENTATION EM PPT	22.216,93	5.554,23	5.340,62	15.551,85	
283	EBOOK (até 4 páginas)	10.594,29	-	5.297,17	5.297,17	
284	EBOOK (de 5 a 12 páginas)	13.939,86	-	6.969,93	6.969,93	
285	EBOOK (acima de 12 páginas, por página)	1.170,90	-	613,31	613,31	
	7 - SMS, E-MAIL MKT E NEWSLETTER	criação	produção	finalização	supervisão	TOT
286	MINERAÇÃO DE BASE DE DADOS/CONTATOS	-	16.804,97	-	-	
287	DISPARO DE E-MAIL (unitário)	-	-	-	740,56	
288	NEWSLETTER/E-MAIL MKT EM IMAGEM (jpg, png)	1.394,27	1.045,70	1.045,70	1.045,68	
289	NEWSLETTER/ EMAIL MKT EM HTML	2.218,14	554,51	554,51	2.640,61	
290	ANÁLISE DE RESULTADOS	7.306,51	1.826,63	1.826,63	1.110,85	
291	RELATÓRIO DE ENVIO DE NEWSLETTER/E-MAIL MKT	7.306,51	1.826,63	1.826,63	5.845,21	
292	PLANEJAMENTO DE CAMPANHA SMS	11.108,47	2.777,12	2.777,12	5.554,23	
293	DISPARO DE SMS	-	2.468,55	2.468,55	4.937,10	
294	ANÁLISE DE RESULTADOS DE CAMPANHA SMS	-	3.579,39	3.579,39	7.158,79	



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



8 - REDES SOCIAIS		criação	produção	finalização	supervisão	
295	PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS	11.690,42	2.922,60	2.922,60	5.845,21	
296	GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO	11.690,42	2.922,60	2.922,60	5.845,21	
297	GESTÃO DE MONITORAMENTO (até 8.000 menções/mês)	-	3.579,39	3.579,39	7.158,79	
298	GESTÃO DE RELACIONAMENTO (até 150 interações por mês)	3.579,39	3.579,39	3.579,39	7.158,79	
299	PLANEJAMENTO DO CRONOGRAMA MENSAL (até 3 redes sociais)	17.737,42	-	-	-	
300	POST (legenda)	370,28	92,57	92,57	185,14	740,56
301	CARD PARA REDES SOCIAIS	697,12	264,37	1.066,84	528,73	2.557,07
302	CRIPERFIL	3.507,12	876,78	876,78	1.753,56	7.014,25
303	CARTELA DE ADESIVOS	697,12	264,37	1.066,84	528,73	2.557,07
304	POST GIF, CARROSSEL, CANVAS, STORIE ESTÁTICO, OUTROS	7.180,54	2.713,49	876,78	1.753,56	12.524,37
305	PERSONALIZAÇÃO DE REDE SOCIAL/PERFIL (avatar, testeira)	11.690,42	2.922,60	2.922,60	5.845,21	23.380,83
306	GESTÃO OU GERENCIAMENTO DE CANAL DO TELEGRAM OU GRUPO DO WHATSAPP (por mês)	8.835,06	-	-	-	8.835,06
307	GESTÃO DO TIK TOK (até 15 vídeos de até 1' por mês)	69.153,96	34.576,98	-	34.576,98	138.307,92
308	FIGURINHA ESTÁTICA PARA WHATSAPP (pequenas imagens para transmitir mensagens e sentimentos de forma visual e engraçada nos chats - até 6)	4.611,87	3.475,04	3.475,04	6.950,07	18.512,02
309	FIGURINHA ANIMADA PARA WHATSAPP (pequenas imagens animadas no formato gif para transmitir mensagens e sentimentos de forma visual e engraçada nos chats - até 6)	6.997,46	5.272,58	5.272,58	10.545,16	28.087,78
310	GERENCIAMENTO DE LIVES/TRANSMISSÃO AO VIVO (planejamento, produção e monitoramento de interações)	20.992,37	15.817,75	15.817,75	38.955,97	91.583,84
311	GIFS PARA STORIES DE REDES SOCIAIS	6.997,46	-	-	-	6.997,46
312	FILTROS ESTÁTICOS E DINÂMICOS PARA REDES SOCIAIS	26.252,48	-	-	-	26.252,48
313	PLANEJAMENTO PARA CAPTAÇÃO DE LEADS	24.832,39	-	-	-	24.832,39
314	RELATÓRIO PARCIAL	-	863,98	863,98	1.727,97	3.455,94
315	RELATÓRIO COMPLETO (até 5 páginas sem a capa)	-	3.579,39	3.579,39	7.158,79	14.317,57
316	VÍDEO CURTO PARA REDES SOCIAIS (sem captação e sem locução)	5.995,43	4.517,81	4.517,81	9.035,10	24.066,15
9 - SEO	criação	produção	finalização	supervisão	total (R\$)	
317	PLANEJAMENTO DE PROJETO	27.154,03	-	-	-	27.154,03
318	ANÁLISE ESPECÍFICA SEO (mensal)	-	9.234,76	-	-	9.234,76
319	ANÁLISE DE CONTEÚDO IN-SITE (template)	-	2.221,69	-	-	2.221,69
320	ANÁLISE TÉCNICA IN-SITE	-	17.279,84	-	-	17.279,84
321	ANÁLISE TÉCNICA OFF-SITE (Link Building)	-	27.154,03	-	-	27.154,03
322	MONITORAMENTO DE RESULTADOS	-	7.405,64	-	-	7.405,64
10- SEM	criação	produção	finalização	supervisão	total (R\$)	
323	criação de campanha (até 09 anúncios)	17.279,84	-	-	-	17.279,84
324	GESTÃO DE CAMPANHA	-	-	-	7.405,64	7.405,64
325	SELEÇÃO DE PALAVRAS-CHAVES (por palavra)	543,08	-	-	-	543,08
11 - SITE	criação	produção	finalização	supervisão	total (R\$)	
326	DIAGNÓSTICO DE SITE	10.642,45	-	-	-	10.642,45
327	PLANEJAMENTO, UX, DIREÇÃO DE ARTE	58.778,43	22.113,99	11.944,13	4.417,32	97.253,87
328	ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO (mapa do site + wireframe)	22.216,93	5.554,23	5.554,23	11.108,47	44.434,36
329	WEBDESIGN DA HOME	19.748,38	4.937,10	4.937,10	14.811,29	39.633,85
330	WEBDESIGN DAS PÁGINAS INTERNAS (por template)	11.108,47	2.777,12	2.777,12	8.331,35	24.994,06
331	REDAÇÃO DE TEXTO (por página)	4.937,10	1.234,27	1.234,27	2.468,55	8.674,19
332	GESTÃO DE CONTEÚDO (mensal)	-	-	-	22.216,93	22.216,93
333	PUBLICIDITÓRIA (por publiciditória)	1.481,13	370,28	370,28	740,56	2.962,25
334	CONTEÚDO (por post)	740,56	185,14	185,14	370,28	1.381,12
335	CURADORIA DE CONTEÚDOS PARA POST (por post)	246,85	61,71	61,71	123,43	493,70
336	TRADUÇÃO (por página)	1.851,41	462,85	462,85	1.388,56	3.747,67
337	ALTERAÇÕES/AJUSTES DE LAYOUT (por página)	2.867,51	716,88	716,88	2.150,63	5.751,77
338	ALTERAÇÕES/AJUSTES DE PROGRAMAÇÃO (por página)	5.735,01	1.433,75	1.433,75	4.301,26	12.504,77
339	INTEGRAÇÃO COM REDES SOCIAIS/MULTIPLATAFORMAS	17.279,84	4.319,96	4.319,96	12.959,88	36.839,64
340	INTEGRAÇÃO SIMPLES COM REDES SOCIAIS	17.279,83	4.319,95	4.319,95	12.959,88	36.839,61
341	PROGRAMAÇÃO DE SITES/PLATAFORMAS	-	98.943,88	-	-	98.943,88
342	PROGRAMAÇÃO DE INTRANETS E EXTRANETS	-	87.947,45	-	-	87.947,45
343	COMPRA DE DOMÍNIO+HOSTING (mensal)	-	-	-	740,56	740,56
344	DESENVOLVIMENTO DE CMS	14.811,29	3.702,82	3.702,82	11.108,47	22.225,38
345	DESENVOLVIMENTO DE GERADOR DE PERFIS	14.811,29	3.702,82	3.702,82	11.108,47	22.225,38
346	DESENVOLVIMENTO DE SISTEMA DE BANCO DE DADOS	-	-	-	7.405,64	7.405,64
347	SETUP DE SERVIDOR	11.215,63	-	-	-	11.215,63
348	GESTÃO E SUPORTE MENSAL DE SERVIDOR	3.957,76	-	-	-	3.957,76

CMBGCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>

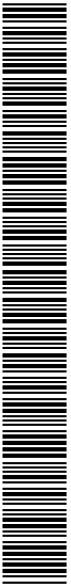


	12 - HOTSITE/LANDING PAGE	criação	Produção	Finalização	Supervisão	
349	PLANEJAMENTO, UX, DIREÇÃO DE ARTE	14.522,31	5.546,87	5.546,87	7.365,28	
350	ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO (mapa do site + wireframe)	7.405,64	1.851,41	1.851,41	3.702,82	
351	WEBDESIGN DA HOME	13.577,01	3.394,25	3.394,25	10.188,51	
352	WEBDESIGN DAS INTERNAS (por template)	7.405,64	1.851,41	1.851,41	5.546,87	
353	REDAÇÃO DE TEXTO (por página)	2.715,40	678,85	678,85	1.357,70	
354	GESTÃO DE CONTEÚDO (mensal)	-	-	-	11.690,42	11.690,42
355	PUBLICIDITÓRIA (por publiciditória)	1.481,13	370,28	370,28	740,56	2.962,26
356	CONTEÚDOS (por post)	740,56	185,14	185,14	370,28	1.481,13
357	TRADUÇÃO (por página)	1.851,41	462,85	462,85	1.388,56	4.165,67
358	INTEGRAÇÃO COM REDES SOCIAIS	24.685,47	6.171,37	6.171,37	18.514,12	55.542,34
359	PROGRAMAÇÃO DE BLOGS, FÓRUMS E HOTSITES	-	32.981,29	-	-	32.981,29
360	PROGRAMAÇÃO DE INFOGRÁFICO E LANDING PAGE	-	9.236,75	-	-	9.236,75
	13 - APP MOBILE	criação	Produção	Finalização	Supervisão	TOTAL (R\$)
361	PLANEJAMENTO, UX, DIREÇÃO DE ARTE, WEBDESIGN E REDAÇÃO	53.259,90	22.599,21	7.938,43	15.146,33	98.943,88
362	PROGRAMAÇÃO DE APP MOBILE	-	98.943,88	-	-	98.943,88
363	APLICATIVO PARA REDES SOCIAIS SIMPLES	61.713,70	15.428,43	15.428,43	30.856,85	123.427,41
364	APLICATIVO PARA REDES SOCIAIS COM GERADOR DE PERFIS E INTEGRAÇÃO COM CONTEÚDO	86.399,18	21.599,80	21.599,80	43.199,59	172.798,37
365	APLICATIVO PARA APARELHOS MÓVEIS (celular e tablet)	98.741,92	24.685,48	24.685,48	49.370,96	197.483,85
	14 - E-COMMERCE	criação	Produção	Finalização	Supervisão	TOTAL (R\$)
366	PLANEJAMENTO DE E-COMMERCE	18.921,83	-	-	-	18.921,83
367	UX E DIREÇÃO DE ARTE	20.877,30	7.905,56	5.546,87	7.365,23	41.694,96
368	WEBDESIGN	7.405,64	1.851,41	1.851,41	2.982,84	14.091,31
369	CADASTRAMENTO DE PRODUTOS	-	11.080,47	-	-	11.080,47
370	MIGRAÇÃO DE E-COMMERCE	-	26.796,46	-	-	26.796,46
371	SETUP DE PLATAFORMA	-	83.549,28	-	-	83.549,28
	15 - GAME	criação	Produção	Finalização	Supervisão	TOTAL (R\$)
372	DESIGN DE AMBIENTE DE JOGO	14.811,29	3.702,82	3.702,82	7.405,64	29.622,58
373	DESIGN DE TELAS COMPLEMENTARES DE JOGO	7.405,64	1.851,41	1.851,41	3.702,82	14.811,29
374	GAME-FLASH	37.028,22	9.257,06	9.257,06	18.514,11	74.056,44
375	GAME-HTML5	61.713,70	15.428,43	15.428,43	30.856,85	123.427,41
376	MOBILE GAME	86.399,18	21.599,80	21.599,80	43.199,59	172.798,37
377	PLANEJAMENTO DE GAME	12.342,74	3.085,69	3.085,69	6.171,37	24.685,48
378	SOCIAL GAME	111.084,67	27.771,17	27.771,17	55.542,33	222.169,33
	16 - INBOUND MARKETING - PLANEJAMENTO DE MARKETING DIGITAL	criação	Produção	Finalização	Supervisão	TOTAL (R\$)
379	SETUP E IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS	7.981,80	-	-	-	7.981,80
380	DIAGNÓSTICO DO CLIENTE	17.605,98	-	-	-	17.605,98
381	DIAGNÓSTICO DE MERCADO	16.996,77	-	-	-	16.996,77
382	DEFINIÇÃO DE PÚBLICOS ESTRATÉGICOS	29.744,39	-	-	-	29.744,39
383	DEFINIÇÃO DA ESTRATÉGIA E DO PLANO DIGITAL	39.305,14	-	-	-	39.305,14
384	CONSTRUÇÃO DE BRAND PERSONA	17.670,12	-	-	-	17.670,12
	17 - INBOUND MARKETING - GESTÃO MENSAL	criação	Produção	Finalização	Supervisão	TOT.
385	DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIA CRIATIVA	37.649,30	-	-	-	37.649,30
386	RELACIONAMENTO	20.813,25	-	-	-	20.813,25
387	GESTÃO DE MÍDIAS DE PERFORMANCE	5.028,61	-	-	-	5.028,61
388	DESENVOLVIMENTO DE MATERIAIS RICOS	21.859,36	-	-	-	21.859,36
389	criação de landing pages/pop-up para conversão	4.696,47	-	-	-	4.696,47
390	SEGMENTAÇÃO DE LEADS	2.115,60	-	-	-	2.115,60
391	criação de sequência de e-mail marketing (até 6 peças)	29.759,15	-	-	-	29.759,15
392	Automação de marketing	2.655,77	-	-	-	2.655,77
393	RELATÓRIOS DE DESEMPENHO	29.088,05	-	-	-	29.088,05

**Observações:**

a) Refação = 50% do valor de Criação

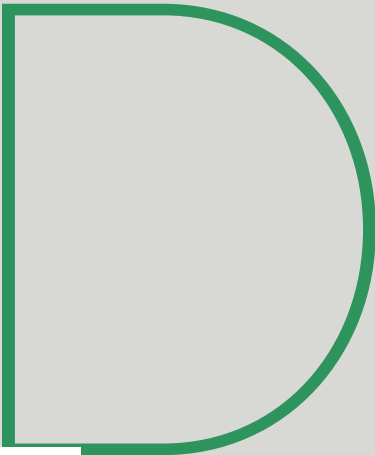
b) Adaptação = 50% do valor de Criação e 100% dos valores de Produção, Supervisão e Finalização originalmente aprovados



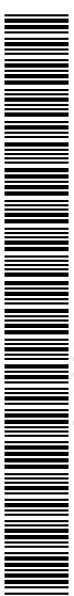
CMBGCPA202600032V01



**PLANEJAMENTO**



**SI.**



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>






1- DIAGNÓSTICO		
394	Análise do briefing e definição do problema	
395	Elaboração de projeto de pesquisa (recomendação de técnicas e metodologias)	
396	Realização de sondagem quantitativa (para 100 unidades)	121.243,61
397	Realização de sondagem qualitativa (20 entrevistas)	40.414,54
398	Análise de dados e pesquisas existentes	20.207,27
399	Pesquisa em dados secundários (desk research)	20.207,27
400	Monitoramento e análise de ações da concorrência	
2- PLANOS, ESTRATÉGIAS E RECOMENDAÇÕES		TOTAL (R\$)
401	Plano de marketing	484.974,45
402	Planejamento de presença digital	60.621,81
403	Definição de proposta de valor ou propósito para marca	191.969,05
404	Estratégia de posicionamento ou reposicionamento de comunicação de marca	181.865,42
405	Estratégia para desenvolvimento de produto	101.036,34
406	Estratégias para gestão do portfólio de marcas	181.865,42
407	Estratégia de campanhas ou projeto de comunicação	60.621,81
408	Plano de comunicação anual	80.829,08
409	Estratégia de entrada em novos mercados	60.621,81
410	Estratégia de reversão de cenários e gerenciamento de crise	45.466,35
411	Plano de ação promocional	101.036,34
412	Planejamento de ação específica	30.310,90
413	Estratégia de endomarketing	60.621,81
414	Elaboração de métricas	30.310,90
3- ENTREGAS ESPECÍFICAS		TOTAL
415	Brand Book (livro final a partir de estratégia pré definidas)	111.
416	Elaboração de apresentações	40.
417	Coordenação de workshops e processo co-criativo	34.
418	Reuniões adicionais de apresentação	4.
419	Relatórios de tendências e/ou referências	20.
420	Clipagem	20.
421	Cases de marketing	40.
422	Relatórios de follow-up (Atendimento, por relatório)	4.
4- CONSULTORIA PARA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS (briefing, orçamento, acompanhamento e avaliação)		TOTAL
423	Empresa de pesquisa	60.
424	Empresa de eventos	20.
425	Serviços Especializados	20.
426	Relações públicas	20.
427	Assessoria de Imprensa	20.
428	Agências de trade	20.
429	Fornecedores de conteúdo	20.



CMBGCCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar/?n=187806.1209668-279>

5- PLANEJAMENTO DE MÍDIA			
430	Planejamento de definição de meios, veículos e frequência de uma determinada campanha. Cobrado SOMENTE quando a agência NÃO autorizar a veiculação dos respectivos planejamentos de mídia apresentados.	Campanha de até R\$ 500 mil	
431		Campanha de R\$ 500 mil a R\$ 2 milhões	
432		Campanha acima de R\$ 2 milhões	278.995,82

**Observações:**

- a) Refação = 50% do valor de Criação
- b) Adaptação = 50% do valor de Criação e 100% dos valores de Produção, Supervisão e Finalização originalmente aprovados

## Serviços Especiais

HORA TÉCNICA PARA CONSULTORIA E ACESSORIA EM SERVIÇOS ESPECIAIS		
ITEM	Descrição	TOTAL (R\$)
SE1	Diretor (por hora)	1.900,99
SE2	Gerente/Supervisor (por hora)	1.271,01
SE3	Analista/Assistente (por hora)	888,95
SE4	Levantamento de Dados sobre o Cliente, Produtos e Concorrência e/ou Elaboração de Briefing	1.271,01
SE5	Descrição (por hora)	888,95

## Criação de Campanhas

ITEM	Descrição	TOTAL
CC1	Criação de Tema/Conceito de Campanha	49.
CC2	Mudança de Briefing	16.

**Observações:**

- a) Refação = 50% do valor de Criação
- b) Adaptação = 50% do valor de Criação e 100% dos valores de Produção, Supervisão e Finalização originalmente aprovados



CMBGCCPA202600032V01



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLLI.  
 Documento N°: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



# Lista REFE- RENCIAL de Valores 2026

## sinapro.RS

SISTEMA NACIONAL  
DAS AGENCIAS DE PROPAGANDA

Rua Tobias da Silva, 120/401  
Moinhos de Vento - CEP.: 90570-020 - Porto Alegre/RS  
Fone: (51) 98918.3243  
sinaprors@sinaprors.com.br

[www.sinaprors.com.br](http://www.sinaprors.com.br)



Autenticado digitalmente por FERNANDA GROLI.  
Documento Nº: 187806.1209668-279 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187806.1209668-279>



CMBGCCPA202600032V01

SIGA



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**DESPACHO SIGA Nº CMBG-CDE-2026/00431**

Bento Gonçalves, 10 de abril de 2026.

**DESPACHO**

Referência: CMBG - Processo Administrativo Nº CMBG-CPA-2026/00032,  
10/04/26 - CMBG.

Encaminha-se para indicação da dotação orçamentária que suportará a contratação.

- assinado eletronicamente -

Fernanda Grolli  
Gestor de Compras



Assinado com senha por FERNANDA GROLLI.  
Documento Nº: 187910-3737 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=187910-3737>

*Classif. documental*

01.01.01.01



CMBGCDE202600431A



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**DESPACHO SIGA Nº CMBG-CDE-2026/00432**

Bento Gonçalves, 10 de abril de 2026.

**DESPACHO**

Referência: CMBG - Processo Administrativo Nº CMBG-CPA-2026/00032,  
10/04/26 - CMBG.

RECURSO LIVRE 500

AÇÃO 2204

ELEMENTO 339039 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ

SUBELEMENTO 33903992 - Serviços de Publicidade Institucional

- assinado eletronicamente -  
Juliano Rodrigo Turri Consoli  
Técnico em Contabilidade Pública



Assinado com senha por JULIANO RODRIGO TURRI CONSOLI.  
Documento Nº: 188010-3737 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=188010-3737>

*Classif. documental*

01.01.01.01



CMBGCDE202600432A

**SIGA**



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**DESPACHO SIGA Nº CMBG-CDE-2026/00433**

Bento Gonçalves, 13 de abril de 2026.

**DESPACHO**

Referência: CMBG - Processo Administrativo Nº CMBG-CPA-2026/00032,  
10/04/26 - CMBG.

Encaminha-se para criação/indicação do item correspondente.

Após, retorne ao Compras.

- assinado eletronicamente -

Fernanda Grolli  
Gestor de Compras



Assinado com senha por FERNANDA GROLLI.  
Documento Nº: 188065-3737 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=188065-3737>

*Classif. documental*

01.01.01.01



CMBGCDE202600433A



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**DESPACHO SIGA Nº CMBG-CDE-2026/00445**

Bento Gonçalves, 13 de abril de 2026.

**DESPACHO**

Referência: CMBG - Processo Administrativo Nº CMBG-CPA-2026/00032,  
10/04/26 - CMBG.

Em resposta ao Despacho SIGA nº CMBG-CDE-2026/00433, encaminha-se o código e a descrição do item, conforme o elemento e subelemento de despesa informados pelo Departamento de Contabilidade por meio do Despacho SIGA nº CMBG-CDE-2026/00432, referente ao Processo nº CMBG-CPA-2026/00032, que trata da contratação de agência de publicidade.

**Item: 51569 – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, INCLUINDO PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO DE CONTEÚDOS INSTITUCIONAIS DA CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE BENTO GONÇALVES.**

- assinado eletronicamente -  
Maikel William Ferreira  
Oficial Administrativo



Assinado com senha por MAIKEL WILLIAM FERREIRA.  
Documento Nº: 188438-3737 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=188438-3737>

Classif. documental

01.01.01.01



CMBGCDE202600445A



## ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE SORTEIO PARA COMPOSIÇÃO DE SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Aos quinze dias do mês de abril do ano de dois mil e vinte e seis, às nove horas, no Plenário da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, situado na Av. Dr. Casagrande, nº 270, reuniu-se a comissão responsável pela condução dos trabalhos, sob a presidência da autoridade competente desta Casa Legislativa, para a realização da Sessão Pública destinada ao sorteio dos integrantes da Subcomissão Técnica, em cumprimento ao disposto no artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, conforme previamente divulgado por meio de aviso público.

O objeto da presente sessão consiste na realização de sorteio para definição de 03 (três) integrantes titulares e 03 (três) suplentes da Subcomissão Técnica que será responsável pela análise e julgamento técnico em futuro certame licitatório a ser promovido por esta Câmara Municipal, visando à contratação de serviços de publicidade e propaganda, cujo instrumento convocatório será publicado oportunamente, após a conclusão deste procedimento.

Registra-se que a nominata dos profissionais aptos ao sorteio, composta por pessoas com formação ou atuação nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, previamente divulgada, é a seguinte: Monica Isabel Rachele; Carlos Quadros; Fabrício Krüger Lavandoski; Osmar Bottega; Andréia Regina Lara dos Santos; Juliana Valenti, nos termos do aviso publicado. Consigna-se, ainda, que foi assegurado o prazo de até 48 (quarenta e oito) horas anteriores à sessão para eventual impugnação dos nomes indicados, não havendo registro de impugnações protocoladas, conforme verificação junto ao Protocolo Geral desta Câmara Municipal.

Dando início aos trabalhos, foi esclarecido aos presentes que o sorteio seria realizado de forma pública e transparente, mediante procedimento manual, com a identificação nominal dos participantes, garantindo-se a aleatoriedade e a lisura do certame. Para tanto, os nomes dos profissionais foram inseridos em recipientes apropriados, sendo procedida a extração aleatória.

Realizado o sorteio, restou definida a seguinte composição da Subcomissão Técnica:

### Integrantes titulares:

1. *Osmar Bottega*
2. *Monica Isabel Rachele*
3. *Andréia Regina Lara dos Santos*

### Suplentes:

1. *Carlos Quadros*
2. *...*





Após a divulgação do resultado, foi oportunizada a manifestação dos presentes, não havendo qualquer registro de questionamento, impugnação ou ressalva quanto à regularidade do procedimento adotado.

Nada mais havendo a tratar, foi declarada encerrada a sessão às 09:13 horas, sendo lavrada a presente ata, que após lida e achada conforme, vai devidamente assinada pelos membros da comissão e demais presentes que assim desejarem.

Bento Gonçalves, 15 de abril de 2026.

Fernanda M. F. Zaverese. fs

Andréia Regina Lacera dos Santos. A.

T. P. P.

TCHAÍLEN DE SOUZA

Juana J. L.

Flávia Marques





LISTA DE PRESENÇA

- 1- NOME: Andréia Regina Leora dos Santos. Ana.
- 2- NOME: Oswar Bottega 34
- 3- NOME: TCHAYLEN DE SOUZA FLW
- 4- NOME: Rob. Marques
- 5- NOME: Jusiana Bento
- 6- NOME: \_\_\_\_\_
- 7- NOME: \_\_\_\_\_
- 8- NOME: \_\_\_\_\_
- 9- NOME: \_\_\_\_\_
- 10- NOME: \_\_\_\_\_
- 11- NOME: \_\_\_\_\_
- 12- NOME: \_\_\_\_\_
- 13- NOME: \_\_\_\_\_
- 14- NOME: \_\_\_\_\_
- 15- NOME: \_\_\_\_\_
- 16- NOME: \_\_\_\_\_





Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**PARECER JURÍDICO SIGA Nº CMBG-CPJ-2026/00025**

Bento Gonçalves, 14 de maio de 2026.

**PARECER JURÍDICO**

Referência: CMBG - Processo Administrativo Nº CMBG-CPA-2026/0032, 10/04/26 - CMBG.

**Parecer - Prestação de serviços de publicidade para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.**

**Processo Administrativo:** 32/2026

**Assunto:** Concorrência Presencial nº 01/2026

Cuida-se de contratação impulsionada pelo Área de Comunicação da Câmara Municipal, cujo objeto é a contratação de empresa para a prestação de serviços de publicidade para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

Chegam os autos para elaboração de parecer jurídico, para fins de atendimento ao disposto no art. 53, da Lei Federal nº 14.133, de 2021. Ainda, por se tratar de licitação de serviços de publicidade, cabe a análise do atendimento da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010<sup>[1]</sup>. Salienta-se que compete a esta assessoria prestar consultoria sob o prisma estritamente jurídico, bem como não lhe cabe adentrar em aspectos relativos à esfera discricionária do administrador público legalmente competente, tampouco examinar

Classif. documental

01.03.02.01



CMBGCPJ202600025A

questões de natureza diversa da jurídica, tais como, por exemplo, de engenharia, contábil, ambiental, administrativa, pedagógica, orçamentária, entre outros.

## **1. FASE PREPARATÓRIA**

### **1. 1. ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

A conceituação de estudo técnico preliminar se encontra no glossário da Lei nº 14.133/2021<sup>[2]</sup>. Conforme prevê o art. 18 da referida Lei, faz parte da fase preparatória do processo licitatório a elaboração de estudo técnico preliminar, em que fique demonstrado que o interesse público identificado pelo órgão contratante será bem atendido com determinada contratação. Em acréscimo, o § 1º estabelece as etapas a serem seguidas para o seu desenvolvimento, a fim de que seja garantido que as possíveis soluções tenham sido analisadas e identificada a melhor para atendimento da necessidade pública:

Art. 18. A fase preparatória do processo licitatório é caracterizada pelo planejamento e deve compatibilizar-se com o plano de contratações anual de que trata o inciso VII do caput do art. 12 desta Lei, sempre que elaborado, e com as leis orçamentárias, bem como abordar todas as considerações técnicas, mercadológicas e de gestão que podem interferir na contratação, compreendidos:

I - a descrição da necessidade da contratação fundamentada em estudo técnico preliminar que caracterize o interesse público envolvido;

[...]

§ 1º O estudo técnico preliminar a que se refere o inciso I do caput deste artigo deverá evidenciar o problema a ser resolvido e a sua melhor solução, de modo a permitir a avaliação da viabilidade



técnica e econômica da contratação, e conterá os seguintes elementos:

**I - descrição da necessidade da contratação, considerado o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público;**

II - demonstração da previsão da contratação no plano de contratações anual, sempre que elaborado, de modo a indicar o seu alinhamento com o planejamento da Administração;

III - requisitos da contratação;

**IV - estimativas das quantidades para a contratação, acompanhadas das memórias de cálculo e dos documentos que lhes dão suporte, que considerem interdependências com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala;**

V - levantamento de mercado, que consiste na análise das alternativas possíveis, e justificativa técnica e econômica da escolha do tipo de solução a contratar;

**VI - estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a Administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação;**



VII - descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso;

**VIII - justificativas para o parcelamento ou não da contratação;**

IX - demonstrativo dos resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis;

X - providências a serem adotadas pela Administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual;

XI - contratações correlatas e/ou interdependentes;

XII - descrição de possíveis impactos ambientais e respectivas medidas mitigadoras, incluídos requisitos de baixo consumo de energia e de outros recursos, bem como logística reversa para desfazimento e reciclagem de bens e refugos, quando aplicável;

XIII - posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina.

**§ 2º O estudo técnico preliminar deverá conter ao menos os**



**elementos previstos nos incisos I, IV, VI, VIII e XIII do § 1º deste artigo e, quando não contemplar os demais elementos previstos no referido parágrafo, apresentar as devidas justificativas.**

§ 3º Em se tratando de estudo técnico preliminar para contratação de obras e serviços comuns de engenharia, se demonstrada a inexistência de prejuízo para a aferição dos padrões de desempenho e qualidade almejados, a especificação do objeto poderá ser realizada apenas em termo de referência ou em projeto básico, dispensada a elaboração de projetos.

O Estudo Técnico Preliminar foi elaborado pelo solicitante (fls. 08/15) e revisado pelo Setor de Compras. Verifica-se que os incisos obrigatórios exigidos pela legislação, acima destacados, estão preenchidos, ou seu não preenchimento justificado, ainda que sucintamente, mas sob responsabilidade de quem o elaborou, sem adentrar ao mérito e ao aspecto técnico, já que tais exames desbordam a verificação jurídica. Recomenda-se que, para as contratações posteriores sejam adotadas as providências cabíveis para atendimento de todas as exigências do artigo supra, objetivando o preenchimento da legalidade.

### **1.1.1. GERENCIAMENTO DE RISCOS**

O gerenciamento de riscos é procedimento essencial da etapa do planejamento da contratação em que cabe à equipe responsável pela sua realização, conforme menciona o inciso XXVII, do art. 6º:

a) Identificar os principais riscos que possam comprometer a efetividade da contratação ou que impeçam o alcance dos resultados que atendam as necessidades da Câmara;

b) Avaliar os riscos que foram identificados e mensurar a probabilidade de sua ocorrência e o seu possível impacto;



c) Conferir tratamento aos riscos por meio da definição de ações para reduzir a probabilidade de ocorrência dos eventos e consequência (ações preventivas), ou então, para os riscos que persistirem, definir as ações de contingência para o caso de os eventos correspondentes aos riscos se concretizarem;

d) Definir os responsáveis pelas ações de tratamento e monitoramento dos riscos, sendo relevante a indicação do setor que, de fato, tenha atribuição para tratar de forma eficiente os eventos mapeados.

O referido artigo requer que a Câmara Municipal observe, em determinadas situações, na fase preparatória, os riscos relacionados à execução do objeto a ser contratado. Salienta-se que tal matéria ultrapassa a verificação jurídica e deverá ser elaborada e certificada pela equipe técnica do requisitante. No presente caso, recomenda-se a devida apresentação da matriz de riscos pertinente.

## 1. 2. TERMO DE REFERÊNCIA

O art. 18<sup>[3]</sup>, da Lei n. 14.133/2021 estabelece que a definição do objeto deve estar prevista em instrumento competente, no caso em análise, através de termo de referência. Os elementos exigíveis na composição do termo de referência são, de acordo com o inciso XXIII, do art. 6º, c/c § 1º, do art. 40, *in verbis*:

Art. 6º Para os fins desta Lei, consideram-se:

[...]

XXIII - termo de referência: documento necessário para a contratação de bens e serviços, que **deve conter os seguintes parâmetros e elementos descritivos**:

a) definição do objeto, incluídos sua natureza, os quantitativos, o prazo do contrato e, se for o caso, a possibilidade de sua prorrogação;

b) fundamentação da contratação, que consiste na referência aos



estudos técnicos preliminares correspondentes ou, quando não for possível divulgar esses estudos, no extrato das partes que não contiverem informações sigilosas;

c) descrição da solução como um todo, considerado todo o ciclo de vida do objeto;

d) requisitos da contratação;

e) modelo de execução do objeto, que consiste na definição de como o contrato deverá produzir os resultados pretendidos desde o seu início até o seu encerramento;

f) modelo de gestão do contrato, que descreve como a execução do objeto será acompanhada e fiscalizada pelo órgão ou entidade;

g) critérios de medição e de pagamento;

h) forma e critérios de seleção do fornecedor;

i) estimativas do valor da contratação, acompanhadas dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, com os parâmetros utilizados para a obtenção dos preços e para os respectivos cálculos, que devem constar de documento separado e classificado;

j) adequação orçamentária;



[...]

Art. 40 [...]

§ 1º O termo de referência deverá conter os elementos previstos no inciso XXIII do caput do art. 6º desta Lei, além das seguintes informações:

I - especificação do produto, preferencialmente conforme catálogo eletrônico de padronização, observados os requisitos de qualidade, rendimento, compatibilidade, durabilidade e segurança;

II - indicação dos locais de entrega dos produtos e das regras para recebimentos provisório e definitivo, quando for o caso;

III - especificação da garantia exigida e das condições de manutenção e assistência técnica, quando for o caso.

Compulsando os autos, verifica-se que o Termo de Referência foi elaborado pelo demandante (fls. 16/35) e revisado pelo Setor de Compras, evidenciando as exigências da legislação, de acordo com o caso, valendo ressaltar que muitas delas já são consideradas na fase de elaboração do estudo técnico preliminar, passando a compor documento consolidado, por imperativo de eficiência, cuja análise do mérito não será realizada por esta assessoria, já que extrapola a verificação jurídica.

### 1. 2.1. **ORÇAMENTO ESTIMADO**

Por conseguinte, deve constar na fase preparatória o orçamento estimado, com a composição de seus custos, conforme inciso IV, do art. 18. A forma de composição dos preços vem delineada no art. 23 da Lei nº 14.133/2021<sup>[4]</sup>. Ademais, no âmbito desta Administração, existe regulamento aderente às diretrizes da Lei, consubstanciado no



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**

Palácio 11 de Outubro



Decreto 11.477/2022, sendo que os requisitos lá pontuados deverão ser seguidos pela requisitante.

Ressalta-se que, o requisitante e o Setor de Compras deverão adotar as medidas pertinentes para que o preço esteja de acordo com o praticado pelo mercado, através de ampla pesquisa e comparação nos instrumentos disponíveis, explorando, inclusive, as hipóteses de composição de orçamento autorizadas pela legislação, utilizando, preferencialmente, a pesquisa em portais e o conflito com contratações semelhantes.

Trata-se de licitação com preço estimado, constando informações que a fixação dos valores seguirá a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados na proposta de preço.

A composição dos valores foi revisada pelo Setor de Compras.

Recomenda-se, que o departamento adote as formas de pesquisa previstas no art. 23 de forma combinada e que a justificativa para a escolha dos fornecedores para cotação seja embasada em argumentos robustos.

**Sempre que adotado o critério de formação de preços com base em cotação com fornecedores, é necessário destacar que devem ser buscados, ao menos, três orçamentos, datados dos últimos seis meses, não mais do que isso, de acordo com o estabelecido na legislação. Por conseguinte, os orçamentos devem estar sempre devidamente assinados pelos fornecedores e datados. Ademais, a justificativa da escolha dos fornecedores deverá estar fundada em argumentos robustos.**

Oportunamente, registra-se que, orçamentos coletados na internet devem ser decorrentes de sítios especializados, que contenham data e hora de acesso, o que foi observado.

Ademais, cabe esclarecer que a planilha orçamentária, análise dos orçamentos e da pesquisa de mercado realizada desborda a conferência jurídica, já que importa competência técnica do Setor de Compras e do requisitante, sobre a qual esta assessoria não detém condições de aferir.

Ato contínuo, deve haver previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações a serem assumidas pela Administração. Assim é que a existência de previsão orçamentária para o exercício financeiro em que se realizará a despesa, consoante se vê do inciso II, do art. 167, da Constituição Federal, art. 150 da Lei nº 14.133, de 2021, é condição prévia a ser observada antes da assunção de quaisquer obrigações financeiras. Neste passo, as regras pertinentes ao direito financeiro



anteriormente aludidas vedam a realização de despesa sem que tenha sido contemplada nas respectivas leis orçamentárias. Ou seja, para a Administração realizar despesas é imprescindível a existência de previsão orçamentária suficiente para cobri-la.

A solicitação de compra, relaciona as dotações que suportarão a contratação (fls.78).

### **1. 3. DA SUBCOMISSÃO**

Para fins de atendimento do artigo 10, §1º, da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, visando à análise e ao julgamento das propostas técnicas, deverá ser constituída subcomissão técnica com, no mínimo, 3 (três) membros que tenham formação ou atuem nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing. Ademais, 1/3 (um terço) dos membros não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

A escolha dos membros dar-se-á por sorteio em sessão pública, a partir de uma relação com, no mínimo, o triplo do número de integrantes necessários. Essa lista de profissionais previamente cadastrados deve observar a proporção de, ao menos, 1/3 (um terço) de membros sem vínculo com a administração, conforme o artigo 10, § 2º, da mencionada Lei.

Constam nos autos a data de realização do sorteio público (15 de abril de 2026), com a devida publicação no Diário Oficial do Município (fls.02/07), e a Ata da Sessão Pública de Sorteio, que definiu a Subcomissão responsável pela análise técnicas das propostas (fls. 79/80), atendendo plenamente ao disposto legal.

### **2. ELABORAÇÃO DA MINUTA DE EDITAL**

A elaboração da minuta de edital abarcada na fase preparatória, conforme incisos V e VI do art. 18, estabelece, em síntese, as condições para participação no certame, incluindo vedações, requisitos de habilitação dos licitantes, hipóteses de classificação das propostas de preços, pedidos de esclarecimentos e impugnações, sanções e recursos, acerca do que, no presente caso, não há o que opor sob o aspecto jurídico.

Para a presente licitação, deverá, ainda, ser observado o disposto no artigo 6º, da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que elenca diretrizes específicas para a elaboração da minuta do edital, sendo atendidas na integralidade as obrigações.



### **3. MODALIDADE DE LICITAÇÃO, CRITÉRIO DE JULGAMENTO, MODO DE DISPUTA E REGIME DE FORNECIMENTO DE BENS/PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

A preparação deve abordar a modalidade de licitação, o critério de julgamento e o modo de disputa, para atender a exigência do inciso VIII, do art. 18, de forma que a combinação desses parâmetros resulte na seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, considerado todo o ciclo de vida do objeto.

Quanto a natureza do objeto, o requisitante certifica que se trata de contratação de objeto de natureza especial, na medida que demandam soluções criativas, estratégicas e personalizadas, variáveis conforme os objetivos de comunicação, o público-alvo e os meios utilizados em cada demanda específica.

A modalidade utilizada será a concorrência, uma vez que se trata de licitação de contratação de serviços especiais.

Verificando-se o cabimento da concorrência e o objetivo da Câmara Municipal no presente, o critério de julgamento será técnica e preço (vide art. 6º, XXXVIII, c, da Lei de Licitações e art. 5º, caput da Lei nº12.232/2010). No presente caso, o critério utilizado será o de técnica e preço (inciso IV, do art. 33 e art. 36).

Os modos de disputa previstos na legislação são o aberto, o fechado e o híbrido. No caso em tela, a escolha foi o modo de disputa fechado, tendo em vista o objeto licitado.

A definição do regime de fornecimento de bens/prestação de serviços, exigência constante no inciso VII, do art. 18, encontra-se atendida, no presente caso, através das informações constantes no Termo de Referência.

### **4. MOTIVAÇÃO CIRCUNSTANCIADA DAS CONDIÇÕES DO EDITAL**

#### **4.1. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

Devem ser pormenorizadamente evidenciadas as justificativas para as condições do edital, especialmente no que tange à qualificação. As exigências de qualificação técnica estão delineadas nos art. 67:



Art. 67. A documentação relativa à qualificação técnico-profissional e técnico-operacional será restrita a:

I - apresentação de profissional, devidamente registrado no conselho profissional competente, quando for o caso, detentor de atestado de responsabilidade técnica por execução de obra ou serviço de características semelhantes, para fins de contratação;

II - certidões ou atestados, regularmente emitidos pelo conselho profissional competente, quando for o caso, que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior, bem como documentos comprobatórios emitidos na forma do § 3º do art. 88 desta Lei;

III - indicação do pessoal técnico, das instalações e do aparelhamento adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada membro da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;

IV - prova do atendimento de requisitos previstos em lei especial, quando for o caso;

V - registro ou inscrição na entidade profissional competente, quando for o caso;



CMBGCPJ202600025A



VI - declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação.

§ 1º A exigência de atestados será restrita às parcelas de maior relevância ou valor significativo do objeto da licitação, assim consideradas as que tenham valor individual igual ou superior a 4% (quatro por cento) do valor total estimado da contratação.

§ 2º Observado o disposto no caput e no § 1º deste artigo, será admitida a exigência de atestados com quantidades mínimas de até 50% (cinquenta por cento) das parcelas de que trata o referido parágrafo, vedadas limitações de tempo e de locais específicos relativas aos atestados.

§ 3º Salvo na contratação de obras e serviços de engenharia, as exigências a que se referem os incisos I e II do caput deste artigo, a critério da Administração, poderão ser substituídas por outra prova de que o profissional ou a empresa possui conhecimento técnico e experiência prática na execução de serviço de características semelhantes, hipótese em que as provas alternativas aceitáveis deverão ser previstas em regulamento.

§ 4º Serão aceitos atestados ou outros documentos hábeis emitidos por entidades estrangeiras quando acompanhados de tradução para o português, salvo se comprovada a inidoneidade da entidade emissora.



§ 5º Em se tratando de serviços contínuos, o edital poderá exigir certidão ou atestado que demonstre que o licitante tenha executado serviços similares ao objeto da licitação, em períodos sucessivos ou não, por um prazo mínimo, que não poderá ser superior a 3 (três) anos.

§ 6º Os profissionais indicados pelo licitante na forma dos incisos I e III do caput deste artigo deverão participar da obra ou serviço objeto da licitação, e será admitida a sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela Administração.

§ 7º Sociedades empresárias estrangeiras atenderão à exigência prevista no inciso V do caput deste artigo por meio da apresentação, no momento da assinatura do contrato, da solicitação de registro perante a entidade profissional competente no Brasil.

§ 8º Será admitida a exigência da relação dos compromissos assumidos pelo licitante que importem em diminuição da disponibilidade do pessoal técnico referido nos incisos I e III do caput deste artigo.

§ 9º O edital poderá prever, para aspectos técnicos específicos, que a qualificação técnica seja demonstrada por meio de atestados relativos a potencial subcontratado, limitado a 25% (vinte e cinco por cento) do objeto a ser licitado, hipótese em que



mais de um licitante poderá apresentar atestado relativo ao mesmo potencial subcontratado.

§ 10. Em caso de apresentação por licitante de atestado de desempenho anterior emitido em favor de consórcio do qual tenha feito parte, se o atestado ou o contrato de constituição do consórcio não identificar a atividade desempenhada por cada consorciado individualmente, serão adotados os seguintes critérios na avaliação de sua qualificação técnica:

I - caso o atestado tenha sido emitido em favor de consórcio homogêneo, as experiências atestadas deverão ser reconhecidas para cada empresa consorciada na proporção quantitativa de sua participação no consórcio, salvo nas licitações para contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, em que todas as experiências atestadas deverão ser reconhecidas para cada uma das empresas consorciadas;

II - caso o atestado tenha sido emitido em favor de consórcio heterogêneo, as experiências atestadas deverão ser reconhecidas para cada consorciado de acordo com os respectivos campos de atuação, inclusive nas licitações para contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual.

§ 11. Na hipótese do § 10 deste artigo, para fins de comprovação do percentual de participação do



consorciado, caso este não conste expressamente do atestado ou da certidão, deverá ser juntada ao atestado ou à certidão cópia do instrumento de constituição do consórcio.

§ 12. Na documentação de que trata o inciso I do caput deste artigo, não serão admitidos atestados de responsabilidade técnica de profissionais que, na forma de regulamento, tenham dado causa à aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV do caput do art. 156 desta Lei em decorrência de orientação proposta, de prescrição técnica ou de qualquer ato profissional de sua responsabilidade.

A análise quanto a compatibilidade entre a capacidade técnica prevista no edital e o objeto a ser contratado, compete à equipe técnica, devendo seguir estritamente o texto legal acima referido, já que tais aspectos desbordam a área jurídica.

É necessário ponderar que deverá ser demonstrada indubitável vantagem econômica e argumentação técnica para os requisitos exigidos no edital, já que são vedadas cláusulas que restrinjam a participação de interessados.

#### **4.2. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

As exigências de qualificação econômico-financeira estão delineadas no art. 69.

[5] No presente caso, cumprida a exigência legal, já que prevista a necessidade de apresentação de certidão negativa de falência.

No presente caso, além da apresentação de certidão negativa de falência, foram exigidos balanços, comprovação de capital mínimo e capital circulante líquido/capital de giro mínimo. Acerca de tais exigência, como importam matéria que desborda a análise jurídica, esta assessoria deixa de opinar, ressaltando que as condições estabelecidas pela Administração devem permitir a ampla participação de interessados, adaptando-se, em cada caso, com as peculiaridades da contratação.

#### **5. DIVULGAÇÃO DO ORÇAMENTO**



A legislação possibilita que o orçamento seja ou não sigiloso (art. 24). No caso em apreço, o orçamento estimativo já se encontra nos autos e não será sigiloso aos licitantes e interessados.

## **6. TRATAMENTO DIFERENCIADO E SIMPLIFICADO PARA AS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE**

Quanto ao disposto na Lei Complementar nº 123/2006, o procedimento licitatório deve possuir itens com cota reservada para ME e EPP, considerando a divisibilidade dos objetos<sup>[6]</sup>. Importante destacar que a Lei nº 14.133/2021 estabeleceu restrições para que entidades empresariais possam se beneficiar da referida condição (vide § 1º, do art. 4º).

Na presente contratação, a reserva de cota não foi realizada.

Caberá ao setor solicitante justificar e demonstrar as vantagens econômicas e técnicas para que a contratação seja realizada no formato pretendido, já que tal certificação desborda a análise jurídica.

## **7. DA VEDAÇÃO A AQUISIÇÃO DE ARTIGOS DE LUXO**

A Lei nº 14.133/2021 estabelece que as demandas de contratação das entidades da Administração deverão ser de qualidade comum, vedando a aquisição de artigos de luxo. No Município, o tema foi regulamentado através do Decreto nº 11.478/2022, sendo que a Câmara Municipal recebeu o mesmo.

Desta forma, deverão ser respeitadas as disposições previstas na referida regulamentação, sendo que o enquadramento dos bens, de acordo com sua especificidade técnica, deverá ser realizado pela unidade requisitante, verificando a inócorrência das vedações constantes na regulamentação citada.

## **8. DA PUBLICIDADE**

Como condição de eficácia do procedimento licitatório, deverá o setor competente realizar a divulgação e a manutenção do inteiro teor do ato convocatório, bem como de seus anexos, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), sendo obrigatória a publicação de extrato do edital no Diário Oficial do Município, bem como em jornal diário de grande circulação, ressalvas as hipóteses de repasses de recursos



federais, que deverão atender às normativas vigentes. A publicidade do inteiro teor no PNCP deverá respeitar o prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados da assinatura do contrato /ata de registro de preços/homologação do certame.

## **9. ENCERRAMENTO DA FASE PREPARATÓRIA**

O presente parecer se ateve apenas a aspectos legais da contratação pretendida, com base nos elementos fornecidos pelo departamento, dentro dos limites de competência desta assessoria jurídica. Não foram analisados aspectos técnicos referentes ao projeto e orçamentos, assim como aspectos contábeis, financeiros e orçamentários, pois desbordam da apreciação legal, sendo a presente manifestação, portanto, de caráter estritamente jurídico, não tendo o condão de cancelar opções técnicas eleitas pela Administração, nem de emitir juízo de conveniência e oportunidade sobre a escolha do objeto a ser executado.

A Câmara Municipal deverá providenciar, com brevidade, a elaboração do plano municipal de contratações públicas, objetivando atender ao planejamento proposto pela legislação, bem como garantir sustentabilidade aos procedimentos licitatórios deste ente público. Tal condição é indispensável para o andamento salutar das contratações

Quanto à análise jurídica da contratação, em especial quanto às minutas constantes, verifica-se que obedecem aos ditames da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, razão pela qual se conclui por sua aprovação e opina-se pelo prosseguimento, desde que saneados eventuais apontamentos realizados neste parecer, fazendo-se ressalva quanto ao objeto, uma vez que este exame desborda da análise jurídica.

Somente após o acatamento das recomendações emitidas ao longo do parecer ou após seu afastamento, de forma motivada, se for o caso, será possível dar-se o prosseguimento do feito, nos seus demais termos, sem a necessidade de retorno para nova manifestação desta unidade jurídica.

Ressalta-se a observância ao prazo mínimo de divulgação do edital, que deverá ser de **35 (trinta e cinco) dias úteis**, conforme o inciso IV, do art. 55, tendo em vista o critério de julgamento aplicável à espécie, sendo que eventuais modificações no edital implicarão nova divulgação na mesma forma de sua divulgação inicial, além do cumprimento dos mesmos prazos dos atos e procedimentos originais, exceto quando a alteração não comprometer a formulação das propostas.

Registra-se que o presente processo licitatório deverá observar o rito procedimental especial da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e as demais previsões da Lei de Licitações, pelo que encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o presente feito deverá ser encaminhado à autoridade superior que poderá, nos termos do art. 12: determinar o retorno dos autos para saneamento de



irregularidades; revogar a licitação por motivo de conveniência e oportunidade; proceder à anulação da licitação, de ofício ou mediante provocação de terceiros, sempre que presente ilegalidade insanável; adjudicar o objeto e homologar a licitação.

S.m.j., é o parecer.

Encaminha-se o presente para apreciação e decisão da autoridade superior, para que decida sobre a divulgação do edital de licitação e de seus anexos.

### Notas de Rodapé

- <sup>1</sup> *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.*
- <sup>2</sup> *Art. 6º Para os fins desta Lei, consideram-se: [...]XX - estudo técnico preliminar: documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução e dá base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico a serem elaborados caso se conclua pela viabilidade da contratação;*
- <sup>3</sup> *Art. 18. A fase preparatória do processo licitatório é caracterizada pelo planejamento e deve compatibilizar-se com o plano de contratações anual de que trata o inciso VII do caput do art. 12 desta Lei, sempre que elaborado, e com as leis orçamentárias, bem como abordar todas as considerações técnicas, mercadológicas e de gestão que podem interferir na contratação, compreendidos:II - a definição do objeto para o atendimento da necessidade, por meio de termo de referência, anteprojeto, projeto básico ou projeto executivo, conforme o caso.*
- <sup>4</sup> *Art. 23. O valor previamente estimado da contratação deverá ser compatível com os valores praticados pelo mercado, considerados os preços constantes de bancos de dados públicos e as quantidades a serem contratadas, observadas a potencial economia de escala e as peculiaridades do local de execução do objeto.§ 1º No processo licitatório para aquisição de bens e contratação de serviços em geral, conforme regulamento, o valor estimado será definido com base no melhor preço aferido por meio da utilização dos seguintes parâmetros, adotados de forma combinada ou não:I - composição de custos unitários menores ou iguais à mediana do item correspondente no painel para consulta de preços ou no banco de preços em saúde disponíveis no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP);II - contratações similares feitas pela Administração Pública, em execução ou concluídas no período de 1 (um) ano anterior à data da pesquisa de preços, inclusive mediante sistema de registro de preços, observado o índice de atualização de preços correspondente;III - utilização de dados de pesquisa publicada em mídia especializada, de tabela de referência formalmente aprovada pelo Poder Executivo federal e de sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo, desde que contenham a data e hora de acesso;IV - pesquisa direta com no mínimo 3 (três) fornecedores, mediante solicitação formal de cotação, desde que seja apresentada justificativa da escolha desses fornecedores e que não tenham sido obtidos os orçamentos com mais de 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do edital;V - pesquisa na base nacional de notas fiscais eletrônicas, na forma de regulamento.*
- <sup>5</sup> *Art. 69. [...]I - balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais;II - certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.§ 1º A critério da Administração, poderá ser exigida declaração, assinada por profissional habilitado da área contábil, que ateste o atendimento pelo licitante dos índices econômicos previstos no edital.§ 2º Para o atendimento do disposto no caput deste artigo, é vedada a exigência de valores mínimos de faturamento anterior e de índices de rentabilidade ou lucratividade.§ 3º É admitida a exigência da relação dos compromissos assumidos pelo licitante que importem em diminuição de sua capacidade econômico-financeira, excluídas parcelas já executadas de contratos firmados.§ 4º A Administração, nas compras para entrega futura e na execução de obras e serviços, poderá estabelecer no edital a exigência de capital mínimo ou de patrimônio líquido mínimo equivalente a até 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.§ 5º É vedada a exigência de índices e valores não usualmente adotados para a avaliação de situação econômico-financeira suficiente para o cumprimento das obrigações decorrentes da licitação.§ 6º Os documentos referidos no inciso I do caput deste artigo limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.*
- <sup>6</sup> *Art. 48. Para o cumprimento do disposto no art. 47 desta Lei Complementar, a administração pública: [...]III - deverá estabelecer, em certames para aquisição de bens de natureza divisível, cota de até 25% (vinte e cinco por cento) do objeto para a contratação de microempresas e empresas de pequeno porte.*

- assinado eletronicamente -

Taime Roberto Nicola  
Coordenador do Departamento Jurídico

- assinado eletronicamente -

Patrícia Brun Perizzolo  
Procurador Jurídico



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro



Assinado com senha por PATRÍCIA BRUN PERIZZOLO e TAIME ROBERTO NICOLA.  
Documento Nº: 195080-4970 - consulta à autenticidade em  
<https://siga.bentogoncalves.rs.gov.br/sigaex/public/app/autenticar?n=195080-4970>

