



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

### EDITAL DE LICITAÇÃO RETIFICADO

**Processo nº: 137/2025**  
**Modalidade: Concorrência**  
**Edital nº: 03/2025**  
**Tipo: Técnica e Preço**

**Objeto:** CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE VISANDO A ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DO MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO, COM BASE NA LEI FEDERAL Nº 12.232, DE 2010.

#### **1. DO PREÂMBULO**

1.1. O MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO/MG, com sede na Av. João Alves do Nascimento, nº 1.452, Centro, CEP 38.747-050, CNPJ nº 18.468.033/0001-26, torna público, para conhecimento dos interessados, a realização de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA para do tipo Melhor Técnica e Preço, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda em conformidade com a Lei Federal nº 14.133/2021 e Lei Federal nº 12.232/2010 e ainda de acordo com as condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, pelo regime de execução de empreitada por preço unitário, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

1.3. Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto Municipal nº 4.315/2024, o Decreto Municipal nº 4.553/2025, e as disposições deste Edital.

1.4. As Propostas Técnicas e de Preços das licitantes deverão ser entregues no setor de Protocolo do Município de Patrocínio - na Av. João Alves do Nascimento, 1.452, centro - endereçados à Comissão de Contratação, em 04 (quatro) envelopes distintos e separados, conforme disposto nos itens 8 e seguintes deste Edital até as 08:59 horas do dia 03 de setembro de 2025.

1.4.1. Os envelopes de número 1, 2 e 3 serão abertos da Sala dos Conselhos – Secretaria Municipal de Assistência Social, situada na Rua Professor Cláudio Eustáquio de Alcântara, s/nº, Bairro Cidade Jardim, no Município de Patrocínio, **às 09:00 horas do dia 30 de setembro de 2025.**

1.4.2. Os documentos de habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas de técnica e preço serão recebidos e abertos em data, hora e local a serem indicados pela Comissão de Contratação.

1.5. As sessões públicas de abertura dos envelopes serão gravadas em áudio e vídeo conforme exigência dos §§ 2º e 5º do art. 17 da Lei nº 14.133/2021.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

### **2. DO OBJETO**

2.1. A presente licitação tem como objeto, a seleção de propostas para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da Secretaria Municipal de Comunicação e Imprensa, conforme Termo de Referência, anexo I deste edital.

2.2. As especificações técnicas detalhadas do objeto, os requisitos de apresentação e o critério de julgamento das propostas estão especificadas no Termo de Referência.

### **3. ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES**

3.1. Os pedidos de esclarecimentos e impugnações referentes ao processo licitatório deverão ser enviados à Comissão de Contratação, até 3 (três) dias úteis anteriores à data fixada para entrega dos envelopes, exclusivamente por meio eletrônico via internet, no endereço: [licitacaoptc@patrocinio.mg.gov.br](mailto:licitacaoptc@patrocinio.mg.gov.br).

3.2. As respostas serão enviadas aos e-mails dos interessados e publicamente disponibilizadas no Portal do Município.

3.3. Caberá à Comissão de Contratação, auxiliada pelo setor responsável pela elaboração do Termo de Referência, prestar os esclarecimentos e respostas às impugnações.

3.4. Acolhida a impugnação contra o ato convocatório, será definida e publicada nova data para realização do certame, salvo se eventual alteração do edital não comprometer a formulação das propostas.

### **4. CONDIÇÕES GERAIS**

4.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro nº 1, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação.

4.2. Não poderão participar da presente licitação:

- a) empresas reunidas em consórcio<sup>1</sup>, independentemente de sua forma de constituição;

---

<sup>1</sup>Considerando que é ato discricionário da Administração diante da avaliação de conveniência e oportunidade no caso concreto; e considerando que existem no mercado diversas empresas com potencial técnico profissional e



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- b) empresas em processo de falência, regime de concordata ou recuperação judicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação, salvo se amparada em certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique que a interessada está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório nos termos da Lei nº 14.133/2021 (Acórdão 8271/2011-TCU - Segunda Câmara);
- c) empresa declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública;
- d) empresa suspensa temporariamente do direito de licitar e impedida de contratar com este Município;
- e) empresa enquadrada nas vedações previstas no artigo 14º da Lei nº 14.133/21.
- f) aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do Município de Patrocínio ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.
- g) Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133/2021.
- h) autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

4.2.1. O impedimento de que trata este item será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

4.2.2. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.

4.2.3. O disposto nestes itens não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.

---

operacional suficiente para atender satisfatoriamente às exigências previstas neste edital, entende-se que é conveniente a vedação de participação de empresas em “consórcio” na Concorrência em tela.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

4.2.4. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133/2021.

4.2.5. A vedação de que trata este item estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

4.3. A participação nesta licitação importa à proponente na irrestrita aceitação das condições estabelecidas no presente edital, bem como, a observância dos regulamentos, normas administrativas e técnicas aplicáveis, inclusive quanto a recursos. A não observância destas condições ensejará no sumário IMPEDIMENTO/DESCCLASSIFICAÇÃO da proponente, no referido certame.

4.4. Os documentos necessários à participação na presente licitação, compreendendo os documentos referentes à proposta de preço e à habilitação (e seus anexos), deverão ser apresentados no idioma oficial do Brasil, com valores cotados em moeda nacional do país.

4.5. Quaisquer documentos necessários à participação no presente certame, quando apresentados em língua estrangeira, deverão ser autenticados pelos respectivos consulados e traduzidos para o idioma oficial do Brasil por tradutor juramentado neste país.

4.6. Independentemente de declaração expressa, a simples apresentação de proposta implica submissão a todas as condições estipuladas neste edital e seus anexos, sem prejuízo da estrita observância das normas contidas na legislação mencionada em seu preâmbulo.

4.7. Os licitantes devem estar cientes das condições para participação no certame e assumir a responsabilidade pela autenticidade de todos os documentos apresentados.

4.8. O contratado deverá manter, durante toda a vigência do contrato, as mesmas condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

### **5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES**

5.1. A licitante poderá designar apenas 01 (um) preposto para representá-la na reunião de licitação.

5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante instrumento público ou particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do anexo II deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.

5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.8. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

5.9. Os envelopes poderão ser enviados por via postal, desde que sejam entregues até a data e horário designado para as sessões, não se responsabilizando a Comissão de Contratação pela entrega fora dos prazos.

### **6. ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

6.1. A Proposta Técnica deverá ser elaborada conforme especificações do Termo de Referência - anexo I.

### **7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO**

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do anexo III e informações no Termo de Referência.

7.1.1. A O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada no preâmbulo deste Edital.

### **8. DISPOSIÇÕES GERAIS ACERCA DA PROPOSTA**

8.1. A Proposta Técnica protocolada será entregue à Comissão de Contratação condicionada em três invólucros distintos, conforme subitem abaixo e a Proposta de Preço, no invólucro nº 4, conforme descrito a seguir, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

8.2. O invólucro nº 1 será padronizado e fornecido pelo Município mediante solicitação formal da licitante à Comissão de Contratação de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 11h00 e de 13h00 às 17h30, no endereço Av. João Alves do Nascimento, 1452, Setor de Licitações.

8.3. Os invólucros nº 2, nº 3 e nº 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

**ATENÇÃO:** O invólucro nº 5, contendo os documentos de habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

### **INVÓLUCRO Nº 1**

8.4. No invólucro nº 1, padronizado fornecido pelo Município, deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que trata o subitem 9.2, caput e inciso II, “a” do Termo de Referência.

8.5. O invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.6. Até a abertura do invólucro nº 2, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 **não** poderá:

- a) Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2.
- b) Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**ATENÇÃO:** Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar o impedimento em participar desta licitação.

### **INVÓLUCRO Nº 2**

8.7. No invólucro nº 2, deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, que trata o subitem 9.2, caput e inciso II, “b”, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

8.7.1. O invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPE Nº 02  
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA  
MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO  
CONCORRÊNCIA N.03/2025.  
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

### **INVÓLUCRO Nº 3**

8.8. No invólucro nº 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 9.3 a 9.5 do Termo de Referência.

8.8.1. O invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPE Nº 03  
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE  
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO  
MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO  
CONCORRÊNCIA N.03/2025  
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)  
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.8.2. O invólucro nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe, não poderá ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

### **INVÓLUCRO Nº 4**

8.9. O invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – ENVELOPE N. 04  
MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO  
CONCORRÊNCIA N. 03/2025  
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)  
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

## **9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e dos arts. 36, 37 e 38 da Lei nº 14.133/21, sendo que é estabelecido o peso 0,60 para a Proposta Técnica e peso 0,40 para a Proposta de Preço.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante, descritos no Termo de Referência.

9.2.1. O julgamento da Proposta de Preços será realizado na sessão pública designada pela Comissão de Licitações, onde serão abertos os invólucros nº 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Contratação e pelos representantes das agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios descritos no item 11.8 do Termo de Referência.

9.3. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços.

### **10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

10.1. A licitante cuja Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverá entregar os documentos de habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão de Contratação.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das propostas que não apresentar os documentos de habilitação, na referida sessão será inabilitada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro nº 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 05

MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO

CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Os documentos de habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados em original ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou em cópia autenticada por cartório competente, ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato da abertura dos documentos de habilitação.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

**Atenção: Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão.**

10.3. Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** são:

- I - Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- II - Registro comercial, em caso de empresa individual;
- III - Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
- IV - Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
- V - Decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.3.1. Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

10.4. Os documentos referentes à **REGULARIDADE FISCAL** e **TRABALHISTA** são:

- I - Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ.
- II - Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor.
- III - Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante, mediante apresentação de Certidão emitida pela Secretaria competente do Estado, em vigor;
- IV - Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, mediante apresentação de Certidão emitida pela Secretaria competente do município, em vigor. A prova de regularidade com a fazenda municipal deverá abranger quaisquer tributos municipais. Em caso de divisão da fiscalização tributária deverão ser apresentadas certidões relativas aos tributos mobiliários e imobiliários;
- V - Prova de Regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal, em vigor;
- VI - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), emitida pela Justiça do Trabalho, em vigor.

10.4.1. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

10.5. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

- I - Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);
- II - Declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital.

10.6. A **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** será comprovada mediante apresentação:

- I - Certidão negativa de falência expedida pelo cartório distribuidor da sede da pessoa jurídica. Caso o documento não declare sua validade somente será aceito documento expedido no máximo 90 (noventa) dias.
- II - Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando índices de Liquidez Corrente (LC) e Liquidez Geral (LG) superiores a 1 (um) e Endividamento Geral (EG) inferior a 0,90 (zero virgula noventa).

Índice de Liquidez Corrente:  $ILC = AC/PC$ , onde  $ILC \geq 1,0$ , onde:

ILC = Liquidez Corrente

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

Índice de Liquidez Geral:  $ILG = (AC + RLP)/(PC + Ex.LP)$ , onde  $ILG \geq 1,0$ , onde:

ILG = Índice de Liquidez Geral

AC = Ativo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

PC = Passivo Circulante

ELP = Exigível a Longo Prazo

Solvência Geral:  $SG = (AT)/(PC + PNC)$ , onde  $SG \geq 1,0$ , onde:

SG = Solvência Geral

AT= Ativo Total

PC = Passivo Circulante

PNC = Passivo Não Circulante

10.6.1. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

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



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

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

10.6.4. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC); e superior ou igual a 0,90 (zero virgula noventa) no índice de Endividamento Geral, será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo<sup>2</sup> de 10% do valor total estimado da contratação.

10.6.5. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo licitante, que contenha as fórmulas indicadas neste item.

10.6.6. Estes cálculos serão conferidos pelo Contador do Município. Caso os cálculos não sejam apresentados, o Contador do Município reserva-se o direito de efetuar os mesmos.

10.7. A licitante também deverá incluir no envelope nº 5 declaração elaborada conforme modelo do ANEXO IV, afirmando:

- I - que atende aos requisitos de habilitação, e que é responsável pela veracidade das informações prestadas (art. 63, I);
- II - que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social (art. 63, IV);
- III - sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas; (art. 63, IV);
- IV - que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação (art. 67, VI);
- V - que não contrata menor de 18 anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de qualquer trabalho a menores de dezoito anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos nos termos do inciso XXXIII da Constituição Federal (art. 68, VI);
- VI - que a empresa licitante cumpre as exigências de contratação de menor aprendiz, nos termos da Lei Municipal nº 5.681/2024 e Lei Federal nº 10.097/2010, regulamentada pelo Decreto nº 9.579/2018 empregando e matriculando nos cursos oferecidos pelos serviços nacionais de aprendizagem o número de aprendizes equivalente a cinco por cento, no mínimo, e quinze por cento, no máximo, dos

---

<sup>2</sup> A exigência de patrimônio líquido mínimo de 10% do valor estimado da contratação para empresas com índices de liquidez iguais ou inferiores a 1 está fundamentada no art. 69 da Lei 14.133/2021, que regula os critérios de qualificação econômico-financeira nas contratações públicas. Essa medida visa garantir a capacidade das empresas de cumprir suas obrigações contratuais e proteger o interesse público. A exigência de patrimônio líquido mínimo funciona como uma garantia adicional para mitigar riscos financeiros, especialmente quando os índices de liquidez da empresa indicam dificuldades financeiras. Empresas com índices de liquidez igual ou inferior a 1 podem ter dificuldade para honrar compromissos financeiros no curto prazo, comprometendo a execução do contrato.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

trabalhadores existentes em cada estabelecimento cujas funções demandem formação profissional;

VII - que não possui em seu quadro societário servidor público municipal (art. 9º, § 1º).

10.8. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto ao Município e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pelamatriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.

10.8.1. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 10.8 os documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

10.9. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste edital.

10.10. A verificação, pela Comissão, nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

10.11. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste edital.

### **11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, na forma do art. 10 da Lei nº 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo 02 (dois) membros com vínculo e 01 (um) membro sem vínculo funcional ou contratual, conforme descrito no item 12 do Termo de Referência.

### **12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO**

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste edital e na legislação, sendo todas as sessões gravadas em áudio e vídeo.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.3.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

### **PRIMEIRA SESSÃO**

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- I - identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.3;
- II - apresentação à Comissão dos invólucros nº 1, 2, 3 e 4.
- III - exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste edital;
- IV - rubrica no fecho dos invólucros nº 2, 3 e 4 e subsequente acondicionamento destes em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
- V - abertura dos invólucros nº 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

- I - não estiver identificado;



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

II - não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2:

III - não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar desta Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, meios de identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros nº 1 e nº 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros nº 2 e nº 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes **não** poderão desistir de suas propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.9. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 12.10 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma definida neste edital, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

12.9.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma definida neste edital, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 13 deste Edital.

12.10. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nº 1 e nº 3 terão seguimento, observando-se os seguintes procedimentos:

I - encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- II - análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.
- III - elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.
- IV - encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- V - análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- VI - elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.10.1. Ainda que alguma Proposta Técnica seja desclassificada com fundamento no subitem 11.4 do Termo de Referência, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.10.1.1. O disposto no subitem 12.10.1 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros nº 2.

12.10.2. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.10 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

### **SEGUNDA SESSÃO**

12.11. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I - identificação dos representantes das licitantes presentes;
- II - abertura do receptáculo contendo os invólucros nº 2 e nº 04;



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- III - abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 2;
- IV - cotejo das vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V - elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI - proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII - adoção dos procedimentos previstos no subitem 11.6 do Termo de Referência, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.
- VIII - informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13 deste Edital.

12.12. Além das demais atribuições, previstas neste edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão de Contratação.

### **TERCEIRA SESSÃO**

12.13. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I - identificação dos representantes das licitantes presentes;
- II - abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III - julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV - declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V - informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

### **QUARTA SESSÃO**



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

12.14. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I - identificação dos representantes das licitantes presentes;
- II - recebimento e abertura dos invólucros nº 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- III - análise da conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste edital e na legislação em vigor;
- IV - informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

12.15. Na hipótese da licitante ser declarada inabilitada, será convocada a segunda colocada para apresentação dos documentos de habilitação, que deverá ocorrer no prazo de até 03 (três) dias.

12.15.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste edital, e entregue em sessão pública.

12.16. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

### **13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail.

13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 3 (três) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

### **14. PENALIDADES**

14.1. Ensejará a aplicação de multa no percentual de 0,5% (meio por cento) sobre a estimativa anual de despesas previstas no Termo de Referência, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:

I - recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;

II - não atender as condições previstas no subitem 15.2, inviabilizando a contratação.

14.1.1. A multa deverá ser recolhida no Município no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

14.1.2. O disposto no subitem 14.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 15.3.1.

14.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Município, pelo período de 6 (seis) meses até 2 (dois) anos.:

I - recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato.

II - não manutenção das condições de habilitação;

III - prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

IV - condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

V - prática de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

14.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 14.1.

14.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, na forma do inciso IV e parágrafos 5º e 6º do art. 156 da Lei nº 14.133/2021.

14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos e/ou força maior.

### **15. CONTRATAÇÃO**

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura a licitante adjudicatária terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação do Município.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, a licitante adjudicatária deverá apresentar documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2 implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza o Município a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para que atendendo ao subitem 15.2, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. A licitante vencedora deverá apresentar garantia, prevista no item 17 e na minuta do contrato, cláusula décima primeira.

15.5. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante adjudicatária que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

15.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a vigência máxima decenal. Em caso de prorrogação, o valor do contrato será reajustado pelo INPC.

15.7. A remuneração à Agência, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava da Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de preço.

15.8. O valor do contrato poderá ser aditivado em até 25% (vinte e cinco por cento), nos termos do art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

15.8.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.9. Para a análise das condições de contratação, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça – CNJ, tanto da empresa quanto de seus sócios. Havendo alguma restrição a empresa será desclassificada.

### **16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

16.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados nas dotações orçamentárias de Propaganda e Publicidade conforme abaixo:

***02.01.03.01.04.122.0009.00.2010.3.3.90.39.6800150000000000 - Serviços de  
Publicidade e Propaganda***

### **17. GARANTIA**

17.1. No prazo de 30 (trinta) dias da assinatura do contrato, a contratada deverá apresentar garantia, em favor do Município, correspondente a 5% (cinco por cento) da estimativa anual da despesa conforme item 13 do Termo de Referência.

17.2. A garantia deverá ser prestada nos termos da Cláusula Décima Primeira do contrato em uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei 14.133/21, à escolha da contratada.

### **18. DISPOSIÇÕES FINAIS**

18.1. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

18.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo;

18.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

18.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

18.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente do Município.

18.5. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato – Anexo V, como se nele estivessem transcritos.

18.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pelo Município e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

18.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se o Município tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

18.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a Agência for rescindido, o Município poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela Agência e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

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

18.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Município comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado, para as providências devidas.

18.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

18.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto na Lei 14.133/21.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

18.12. São anexos ao presente edital:

- a) Anexo I – Termo de Referência e seus apêndices
- b) Anexo II – Carta de Credenciamento
- c) Anexo III – Modelo de Proposta
- d) Anexo IV – Modelo de declaração conjunta
- e) Anexo V – Minuta de Contrato
- f) Anexo VI – Briefing

### **19. FORO**

19.1. É competente o foro da Comarca de Patrocínio/MG para dirimir quaisquer litígios oriundos da licitação e do contrato dela decorrente, com expressa renúncia a outro qual quer, por mais privilegiado que seja.

Patrocínio, 07 de agosto de 2025.

Ana Maria Marra Prado  
Secretária Municipal de Comunicação



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

### **TERMO DE REFERÊNCIA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

#### **1. DO OBJETO**

1.1. Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando à elaboração de projetos e campanhas do Município de Patrocínio, com base na Lei Federal nº 12.232, de 2010.

1.1.1. Consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a difusão de ideias ou informar o público em geral, de acordo com o art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/2010.

1.1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados com a agilidade e os prazos exigidos pelas demandas da Secretaria Municipal de Comunicação e Imprensa;
- b) ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.2, “b” terão a finalidade de:

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

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



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- 1.1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.1.3, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.
- 1.1.4. Para a prestação de serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- 1.1.4.1. A AGÊNCIA atuará de acordo com a solicitação da contratante, doravante denominado MUNICÍPIO.
- 1.1.4.2. A AGÊNCIA atuará por conta e ordem do Município na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.2 e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao art. 2º da Lei nº 12.232/2010).
- 1.1.4.3. A AGÊNCIA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.
- 1.2. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, na forma da lei, e a vigência máxima de 10 (dez) anos, nos termos da Lei nº 14.133/21.

## **2. DA FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO**

- 2.1. A contratação de serviços de publicidade, conforme disposto no item 1, tem como objetivo possibilitar o atendimento das políticas públicas da Administração Pública Municipal, garantindo à população o seu conhecimento acerca dos atos, serviços, programas e campanhas.
- 2.2. A fundamentação da contratação encontra-se pormenorizada no estudo técnico preliminar.
- 2.3. Considerando que a presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, cujo procedimento licitatório exige a adoção do critério de julgamento por técnica e preço, conforme previsto no art. 5º, inciso III, da referida lei, justifica-se a realização da sessão pública de forma presencial, com fundamento no art. 17, §2º, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, nos seguintes termos:
- 2.4. Nos certames para contratação de serviços de publicidade, a avaliação das propostas técnicas demanda a análise detalhada de elementos gráficos, projetos criativos, peças publicitárias simuladas e outros documentos físicos que melhor traduzem a capacidade técnico-criativa das agências participantes. A apresentação em meio exclusivamente digital pode comprometer a fidelidade da proposta quanto a aspectos de diagramação, cor, textura e qualidade de impressão, que são relevantes para a aferição da técnica.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

2.5. Ademais, a avaliação das propostas técnicas será realizada por subcomissão técnica, cujos membros, por força do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, devem realizar análise individual, objetiva e fundamentada, com base em critérios previamente definidos no edital. A manipulação direta dos materiais físicos apresentados, como pastas, impressos, layouts e protótipos, proporciona uma apreciação mais acurada e equitativa, conferindo maior segurança, isonomia e transparência ao julgamento.

2.6. Além disso, a contratação ora planejada justifica-se pelas seguintes diretrizes estratégicas e operacionais adotadas pela Administração Municipal:

**2.6.1. Ampliação dos canais de divulgação:** a nova estratégia de comunicação contempla mídias tradicionais (rádio, TV, outdoor, material impresso) e mídias digitais (redes sociais, mídia programática, influenciadores, tráfego pago), garantindo maior capilaridade e efetividade na disseminação das campanhas institucionais.

**2.6.2. Consolidação da marca institucional “Patrocínio – Capital Mundial do Café”:** essa diretriz exige o desenvolvimento de uma identidade visual robusta, campanhas promocionais permanentes e a produção de materiais gráficos e audiovisuais voltados a turistas, investidores e ao mercado nacional e internacional, posicionando o Município como referência no setor cafeeiro e turístico.

**2.6.3. Incorporação integral dos custos com materiais gráficos:** diferentemente de contratos anteriores, os gastos com produção, impressão e distribuição de materiais gráficos institucionais e publicitários (cartilhas, folders, cartazes, banners, relatórios visuais, entre outros) passam a ser incluídos no escopo da agência contratada. Essa medida visa otimizar a gestão, garantir maior agilidade e assegurar uniformidade na comunicação visual do Município.

**2.6.4. Produção e veiculação de campanhas de alcance regional e nacional,** inclusive em redes filiadas à Globo, SBT, Record e Band, necessários ao posicionamento estratégico e à ampliação da visibilidade institucional de Patrocínio.

2.7. Dessa forma, para preservar a qualidade e integridade da análise técnica, garantir a adequada apresentação das propostas, e assegurar a observância dos princípios da isonomia, da seleção da proposta mais vantajosa e do julgamento objetivo, justifica-se a adoção da forma presencial para a realização desta licitação, nos termos autorizados pelo §2º do art. 17 da Lei nº 14.133/2021.

### 3. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1. Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade institucional, sob demanda, compreendendo planejamento estratégico, conceituação, criação, produção, execução interna e externa, intermediação, supervisão de peças publicitárias e



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

distribuição em veículos e demais meios de comunicação, nos termos do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

### **3.2. A contratação visa:**

- a) Atender ao princípio da publicidade e ao direito de informação da população
- b) contribuir para a valorização e o fortalecimento das instituições públicas municipais
- c) estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;
- d) Promover a imagem e os resultados das ações do MUNICÍPIO de Patrocínio em âmbito regional e nacional.
- e) consolidar a identidade territorial e econômica do MUNICÍPIO por meio da promoção da campanha institucional “Patrocínio – Capital Mundial do Café”, fortalecendo sua marca junto a públicos estratégicos, inclusive em nível nacional.

3.3. Os serviços deverão contemplar, de forma integrada e articulada, as seguintes atividades, sem prejuízo de outras que se mostrarem necessárias ao longo da execução do contrato:

3.3.1. Elaboração e execução de campanhas de caráter educativo, informativo, institucional e de interesse público, alinhadas às diretrizes da Administração Municipal.

3.3.2. Realização de pesquisas de opinião pública, de perfil social e de avaliação de campanhas, com o objetivo de embasar a formulação e aferir a efetividade das estratégias de comunicação.

3.3.3. Planejamento, criação, produção e execução técnica de peças publicitárias em diversos formatos e suportes, tais como mídia impressa, eletrônica, digital e exterior.

3.3.4. Execução e veiculação dos materiais publicitários junto a veículos de comunicação, com observância às diretrizes orçamentárias e aos critérios de eficácia na difusão das mensagens.

3.3.4.1. Dentre os veículos de comunicação a serem utilizados, deverão ser priorizados os canais de comunicação locais, incluindo programas em cadeia nas rádios da região, jornais impressos e digitais de circulação local e portais de notícias locais, com o objetivo de garantir maior proximidade e efetividade na divulgação das campanhas junto à população de Patrocínio e seus distritos.

3.3.5. Elaboração de campanhas de marketing e comunicação para os eventos festivos e comemorativos realizados pelo Município, tais como: Festival do Queijo, Fenacafé, Festival da Colheita, Festival de Cultura, Celebrar, Natal, Réveillon, Corrida do Trabalhador, Corrida da Fogueira, Corrida da Fogueirinha, Meia Maratona do Cerrado, Arraiô Patro, Semana da Criança, Semana da Consciência Negra, entre outros que possam vir a ser instituídos;

3.3.5.1. Não estão incluídas no escopo da contratação atividades relacionadas no item 3.3.5, a realização dos eventos festivos em si, como montagem de estruturas, contratação de artistas,



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

fornecimento de alimentação ou serviços de apoio logístico, os quais deverão ser objeto de procedimentos próprios e específicos pela Administração Municipal

3.3.6. Elaboração de marcas, slogans, logotipos e demais elementos de identidade visual, bem como programação visual integrada às ações institucionais.

3.3.7. Desenvolvimento de ações de endomarketing e marketing digital, com foco na comunicação interna e externa da Administração Pública.

3.3.8. Planejamento, organização e execução de campanhas sociais, educativas e institucionais, quando estes estiverem integrados a campanhas de comunicação.

3.3.9. Produção e impressão de materiais gráficos, como cartilhas, folders, relatórios, cartazes, faixas e banners, de acordo com a demanda e os projetos previamente aprovados pela Administração Municipal;

3.3.10. Intermediação e contratação de veiculação de programa televisivo em rede nacional, mediante seleção de emissora e proposta técnica aprovada pelo município, com foco na promoção institucional de Patrocínio, sua marca turística e sua vocação econômica;

3.3.11. Garantia de observância à legislação vigente, especialmente à Lei nº 12.232/2010 (que regula os serviços de publicidade na Administração Pública) e à Lei nº 14.133/2021 (nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos).

3.4. A critério da Administração, as campanhas integrantes da Proposta Técnica apresentada pela AGÊNCIA poderão ser produzidas e veiculadas durante a vigência contratual, com ou sem modificações, observando-se sempre as diretrizes aprovadas e o alinhamento com o planejamento estratégico municipal.

3.5. Os serviços serão realizados sob demanda, na forma de execução indireta, em regime de empreitada por preço unitário, conforme as melhores práticas adotadas em licitações de publicidade em municípios de porte similar.

3.6. Além da entrega de peças e veiculações, a AGÊNCIA deverá implementar mecanismos de pesquisa, mensuração e controle dos resultados das campanhas, gerando relatórios periódicos para avaliação de desempenho e ajustes de estratégia

## **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

4.1. Considerando que os serviços a serem prestados são técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, a serem executados por empresa com certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, será exigida comprovação de qualificação técnica, conforme previsto neste Termo de Referência.

4.2. A AGÊNCIA poderá subcontratar serviços especializados relacionados às atividades complementares previstas no § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- 4.2.1. A subcontratação ficará restrita aos serviços especializados, nos termos do art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010.
- 4.2.2. O Termo de Contrato estabelecerá, de forma detalhada, as regras e condições aplicáveis à subcontratação.
- 4.3. Será exigida a comprovação do certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme o disposto no art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.
- 4.4. A prestação dos serviços deverá observar as disposições da Lei Federal nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD), especialmente quanto ao tratamento e à proteção dos dados pessoais eventualmente coletados, tratados ou utilizados, conforme cláusulas específicas a serem incluídas no Termo de Contrato.
- 4.5. A contratada deverá apresentar garantia em favor do Município correspondente a 5% (cinco por cento) da estimativa anual do contrato.
- 4.6. A garantia deverá ser prestada nos termos da Cláusula Décima Primeira do contrato em uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei 14.133/21, à escolha da contratada.

### **5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

- 5.1. A prestação de serviços reger-se-á pelo disposto no art. 37, §1º, da Constituição Federal, bem como pelas disposições da Lei Orgânica do Município de Patrocínio, que disciplina os princípios da administração pública local.
- 5.2. Além disso, aplica-se subsidiariamente a Lei Federal nº 4.680/65, que regulamenta o exercício da profissão de publicitário e agenciador de propaganda, e seu regulamento, o Decreto Federal nº 57.690/66.
- 5.3. Complementam o arcabouço normativo as Normas-Padrão do Conselho Executivo Nacional de Normas-Padrão (CENP) e as disposições do Capítulo III (arts. 13 a 17) da Lei Federal nº 12.232/2010, a qual estabelece o regime de licitação para serviços de publicidade prestados de forma integrada.
- 5.4. Os serviços serão executados indiretamente, sob regime de empreitada por desconto, observada a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO vigente, utilizada como parâmetro para valoração de criação, produção interna e remuneração de agências.
- 5.5. O MUNICÍPIO, por meio da Secretaria Municipal de Comunicação e Imprensa, expedirá Ordem de Serviço (OS), detalhando as atividades a serem desempenhadas.
- 5.6. A AGÊNCIA deverá elaborar apropriação de custos com base na Proposta Técnica e na Proposta de Preço aprovadas, acompanhada de demonstrativo dos preços de mercado ou tabela vigente, e dos descontos negociados em favor do MUNICÍPIO, visando uma melhor relação custo/benefício.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- 5.6.1. Qualquer despesa de produção, veiculação ou contratação de terceiros deverá ter aprovação prévia e por escrito do MUNICÍPIO.
- 5.6.2. A subcontratação de serviços especializados somente será permitida nos termos do § 1º do art. 2º e do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, permanecendo a AGÊNCIA responsável pela qualidade, pela finalidade dos serviços e pelas obrigações contratuais perante a Administração.
- 5.7. A AGÊNCIA produzirá e entregará cópias digitais em alta resolução de todos os materiais (filmes para TV, spots, jingles, peças para mídia digital, cinema, impressos), exclusivamente para efeito de arquivo e controle pela Administração.
- 5.8. Durante a execução, a AGÊNCIA é responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços fornecidos por terceiros e pela integral execução dos serviços, arcando com todos os encargos decorrentes dessa contratação.
- 5.9. Para cada campanha, a AGÊNCIA deverá submeter, à Secretaria Municipal de Comunicação e Imprensa, aprovação prévia e por escrito dos seguintes elementos:
- I. Ideia criativa, roteiro, texto, layout e arte final;
  - II. Plano de mídia e demais meios de veiculação;
  - III. Período de realização;
  - IV. Apropriação de custos;
  - V. Assunção de despesas com fornecedores e veículos;
  - VI. Métricas para aferição de resultados.
- 5.10. Até o dia 10 do mês subsequente à prestação dos serviços, a AGÊNCIA entregará:
- a) Relatório detalhado, com documentos comprobatórios, das despesas de produção e veiculação, em conformidade com a Lei nº 4.320/1964 e a Portaria STN nº 548/2015;
  - b) Relatório de status dos serviços em andamento, com indicadores de desempenho, para avaliação pela Administração.
- 5.10.1. O não cumprimento implicará as sanções administrativas previstas neste Termo de Referência.
- 5.11. Quaisquer atividades complementares necessárias à execução do objeto, previstas no § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, deverão seguir o procedimento de contratação previsto no art. 14 e parágrafos da mesma lei, observando as regras de qualificação e responsabilidade já estabelecidas.
- 5.12. O desempenho da AGÊNCIA será permanentemente verificado pelo MUNICÍPIO.

### **DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

- 5.12.1. Constituem obrigações da AGÊNCIA, além das demais previstas neste termo de referência outros instrumentos dele decorrentes:



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- a) Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- b) Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica pela AGÊNCIA, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao MUNICÍPIO.
- c) A seu juízo, a AGÊNCIA poderá utilizar-se de seus representantes em outros estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior aos dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na proposta técnica, para executar os serviços de planejamento e criação, outros complementares ou acessórios pertinentes ao objeto deste processo licitatório, observado o atendimento às condições contratuais.
- d) Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste processo licitatório, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pelo Município.
- e) A AGÊNCIA executará os serviços indicados diretamente, com seus próprios recursos.
- f) A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários, à execução das atividades complementares, fornecedores de serviços especializados.
- g) A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do Município e implica a atuação da AGÊNCIA por conta e ordem do Município.
- h) O Município deverá ser previamente identificado na contratação de veículos de divulgação.
- i) Caberá à AGÊNCIA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo Município.
- j) Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo Município – respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.
- k) Comunicar tempestiva e formalmente ao MUNICÍPIO quaisquer alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados, devendo a AGÊNCIA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.
- l) A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e pagamentos dos contratos por este firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

- m) Em caso de aumento de despesas ou perda de descontos para o Município, gerados em decorrência de ação culposa da AGÊNCIA, deverá haver o ressarcimento pela AGÊNCIA responsável ao Município em até 02 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.
- n) Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem anterior, o valor poderá ser glosado pelo Município ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).
- o) Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do Município e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.
- p) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.
- q) Pertencem ao MUNICÍPIO, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizada diretamente ou por intermédio da AGÊNCIA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.
- r) O disposto no subitem anterior não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
- s) A AGÊNCIA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Município, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando aqueles que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
- t) Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Município, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- u) Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao Município:
  - I – Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores.
  - II – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser previamente justificada ao MUNICÍPIO, por escrito, para decisão sobre a contratação.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

III – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

- a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- b) Detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
- c) Seja apresentada, juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

- v) Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste processo licitatório, a AGÊNCIA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do Município.
- w) O MUNICÍPIO procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.
- x) Se e quando julgar conveniente, o Município poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.
- y) As disposições do subitem 'x' não se aplicam à compra de mídia.
- z) As condições do subitem 'x', I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.
- aa) Encaminhar, a cada 03 (três) meses de vigência do contrato e de seus eventuais aditamentos, referentes a peças aprovadas pelo Município e sem ônus para este, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:
  - I - TV e Cinema: cópias em pen drive e/ou por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem);
  - II - Internet: cópias por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem);
  - III - Rádio: cópias em pen drive e/ou por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem);



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

- IV - Mídia impressa e material publicitário: cópias em pen drive e/ou por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem), com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.
- bb) Produzir e entregar, em meio digital, o portfólio dos trabalhos realizados para o Município.
- cc) O armazenamento e compartilhamento dos arquivos digitais deverão seguir os seguintes procedimentos:
- I - O MUNICÍPIO disponibilizará previamente um ambiente de armazenamento (*drive* compartilhado) para o uso exclusivo da AGÊNCIA, o qual terá acessado controlado segundo diretrizes do Centro de Processamento de Dados (CPD) da Prefeitura Municipal.
  - II - A AGÊNCIA deverá utilizar exclusivamente esse ambiente para *upload* e compartilhamento das peças produzidas, garantindo que os arquivos sejam organizados em pastas identificadas de acordo com a categoria (TV e Cinema, Internet, Rádio, Mídia impressa e material publicitário) e o período correspondente. Dentro de cada categoria, deve haver separação entre campanhas.
  - III - Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos digitais definidos pelo Município
  - IV - A AGÊNCIA deverá disponibilizar ao MUNICÍPIO, sempre que solicitado, todas as informações relativas ao ambiente de armazenamento e a mídia utilizada para arquivar as peças publicitárias.
  - V - Os arquivos deverão ser preservados no *drive* por, no mínimo, 5 (cinco) anos após o término do contrato, sendo proibida a exclusão dos mesmos sem autorização expressa do MUNICÍPIO.
  - VI - O acesso ao *drive* compartilhado será restrito às partes autorizadas pelo MUNICÍPIO e pela agência contratada, garantindo a segurança e confidencialidade dos materiais.
- dd) Caso o formato de armazenamento em nuvem sofra alterações tecnológicas significativas, o Município indicará soluções alternativas para o envio e preservação das cópias das peças produzidas.
- ee) Entregar ao Município cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 (seis) do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo Município.
- ff) Entregar ao Município, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 (dez) de cada mês, um relatório total de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo Município.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- gg) O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado ao Município no dia útil seguinte à realização do contato com o Município, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.
- hh) Elaborar, sempre que solicitado pelo Município, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.
- ii) Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:
- I - Criação e manutenção de acervo da propaganda do Município, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução do contrato decorrente deste processo licitatório e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
  - II - Criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução do contrato decorrente deste processo licitatório e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- jj) A agência se reunirá com o Município, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato decorrente deste processo licitatório, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.
- kk) Aprovada pelo Município, a proposta passará a integrar o contrato decorrente deste processo licitatório, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.
- ll) A AGÊNCIA, por meio do contrato decorrente deste processo licitatório, transferirá ao Município, a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte e todo/qualquer arquivo deve ser disponibilizado via espaço compartilhado, conforme determinado no item “ee”.
- mm) O banco e/ou acervo virtuais deverão estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura do contrato decorrente deste processo licitatório.
- nn) Prestar esclarecimentos ao Município sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.
- oo) Não caucionar ou utilizar o contrato decorrente deste processo licitatório como garantia para qualquer operação financeira.
- pp) Manter, durante a execução do contrato decorrente deste processo licitatório, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei nº 12.232/2010.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- qq) Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a AGÊNCIA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação do Município, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.
  - rr) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato decorrente deste processo licitatório, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
  - ss) Cumprir a legislação trabalhista e securitária não apenas com relação a seus empregados, quando exigido por norma, mas também, com relação a empregados de fornecedores contratados.
  - tt) A AGÊNCIA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
  - uu) Sempre que solicitada pelo Município, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo recolhidos todos os seus encargos e cumpridas as obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
  - vv) Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado do contrato, facultada a supressão, além desse limite, mediante acordo entre as partes.
  - ww) Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados.
  - xx) Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato decorrente deste processo licitatório.
  - yy) Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações, a que houver dado causa.
  - zz) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção do contrato decorrente deste processo licitatório.
- 5.12.2. Constituem obrigações do MUNICÍPIO, além das demais previstas no contrato decorrente deste processo licitatório ou dele decorrentes:
- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a AGÊNCIA.
  - b) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- c) Fiscalizar a execução do contrato resultante deste processo licitatório e subsidiar a AGÊNCIA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.
- d) Comunicar à AGÊNCIA toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, em comunicação impressa ou por e-mail, no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas.
- e) Fornecer e colocar à disposição da AGÊNCIA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- f) Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento.
- g) Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a AGÊNCIA repasse as informações à mão de obra subcontratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos do MUNICÍPIO.
- h) Obedecer ao que determina o parágrafo 1º, art. 37 da Constituição Federal que determina que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

### **5.13. Estimativa de Quantidades**

5.13.1. Conforme descrito no Estudo Técnico Preliminar as quantidades específicas de produtos e serviços serão definidas durante a execução contratual, por meio de ordens de serviço emitidas pela Administração, conforme as estratégias de comunicação adotadas em cada campanha.

## **6. DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

6.1. A AGÊNCIA somente poderá executar qualquer tipo de serviço, objeto do contrato decorrente deste processo licitatório, após sua respectiva aprovação formal pelo MUNICÍPIO.

6.1.1. O MUNICÍPIO poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela AGÊNCIA.

6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da AGÊNCIA quanto à sua perfeita execução.

6.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

- 6.2.1. A não aceitação de serviços objeto do contrato decorrente deste processo licitatório, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do MUNICÍPIO.
- 6.2.1.1. A AGÊNCIA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pelo MUNICÍPIO.
- 6.3. A gestão do contrato decorrente deste processo licitatório será realizada pela Secretária Municipal de Comunicação Social e Imprensa ou pessoa designada formalmente por esta.
- 6.3.1. A fiscalização do contrato decorrente deste processo licitatório em nada restringe a responsabilidade da AGÊNCIA pela execução dos serviços.
- 6.3.2. A AGÊNCIA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato decorrente deste processo licitatório, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.
- 6.3.3. A AGÊNCIA se obriga a permitir que a auditoria interna do MUNICÍPIO ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução do contrato decorrente deste processo licitatório.
- 6.3.4. Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas à execução contratual, cabendo à AGÊNCIA atender, no prazo estipulado pelo MUNICÍPIO, às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.
- 6.4. O MUNICÍPIO realizará, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela AGÊNCIA.
- 6.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação trimestral será considerada instrumento para:
- I - solicitar à AGÊNCIA a melhoria da qualidade dos serviços prestados;
  - II - subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
  - III - subsidiar declaração sobre desempenho da AGÊNCIA.

## 7. DOS CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

7.1. A AGÊNCIA será remunerada pelos serviços prestados com base nos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO MG) a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria AGÊNCIA, **com um desconto concedido por ela na proposta** de preço.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

7.2. A AGÊNCIA receberá honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à AGÊNCIA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

7.3. A AGÊNCIA receberá honorários incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias.

7.4. A AGÊNCIA receberá honorários incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da AGÊNCIA, limitando-se tal supervisão exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

7.5. A AGÊNCIA receberá honorários na reutilização de peças em roteiros comerciais por período igual ao inicialmente pactuado, calculado com base no percentual máximo incidente sobre o cachê original, a ser pago pelo MUNICÍPIO a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz;

7.6. A AGÊNCIA receberá honorários na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, calculado com base no percentual máximo incidente sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo MUNICÍPIO aos detentores dos direitos patrimoniais de uso.

### **DO DESCONTO DE AGÊNCIA**

7.7. Além da remuneração prevista nos subitens anteriores, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº. 4.680/65 e Normas Padrão do CENP.

7.8. A CONTRATADA repassará, quando cabível, ao CONTRATANTE o valo correspondente ao percentual respectivo constante do Anexo “B” das Normas Padrão – CENP, Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão do CENP.

### **DAS NOTAS FISCAIS DE SERVIÇOS**

7.9. As notas fiscais de serviços deverão ser emitidas pela AGÊNCIA ao MUNICÍPIO no valor total dos serviços prestados, contendo a discriminação de todas as informações acerca dos serviços prestados, valores devidos e acompanhadas dos seguintes documentos:

7.9.1. No caso de serviços internos da AGÊNCIA:

- a) 1 (uma) via do layout aprovado;
- b) Relação dos códigos da Tabela do SINAPRO de cada serviço criado;
- c) Documento emitido pela AGÊNCIA discriminando os serviços executados, descontos concedidos e valores a serem cobrados;



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

d) Outros comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados.

7.9.2. No caso de serviços pertinentes à veiculação:

- a) 1 (uma) via do Mapa de Mídia, emitido pela AGÊNCIA, previamente aprovado pelo MUNICÍPIO;
- b) Demonstrativo da tabela vigente do veículo;
- c) Relatório de conferência dos serviços de veiculação de mídia, a cargo do MUNICÍPIO, sempre que possível;
- d) Outros comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados;
- e) Fatura ou recibo emitido pelo veículo de comunicação ao MUNICÍPIO, demonstrando o valor devido ao veículo contendo a eventual descrição dos descontos negociados. Nesse caso também o valor correspondente ao serviço deverá estar inserido na nota fiscal de serviços emitida pela AGÊNCIA.

7.9.3. No caso de serviços especializados nos termos do inc. I, parágrafo 1º, art. 2º da Lei nº 12.232/2010:

- a) Todos os orçamentos obtidos no mercado;
- b) Documento emitido pela AGÊNCIA discriminando os serviços executados, descontos negociados, valores a serem cobrados;
- c) Uma via da nota fiscal de serviços do fornecedor terceirizado aprovado, emitida contra o Município;
- d) Outros comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados.
- e) Certidões negativas de regularidade fiscal do fornecedor terceirizado aprovado:
  - e.1) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal em vigor;
  - e.2) Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT conforme Lei nº 12.440/2011, em vigor.
  - e.3) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor;
  - e.4) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Estado em vigor;
  - e.5) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do MUNICÍPIO;



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

7.10. Não serão aceitas notas fiscais de serviços emitidas pelas empresas subcontratadas.

7.11. Nos termos da legislação tributária vigente, os serviços de veiculação de material de publicidade não estão previstos na lista de serviços tributáveis anexa à Lei Complementar nº 116/2003 e na Lei Complementar Municipal nº 40/2006, que dispõe sobre Serviços de Qualquer Natureza.

7.12. O MUNICÍPIO efetuará o pagamento das notas fiscais no prazo de até 20 (vinte) dias corridos, a contar da data de sua aprovação.

### 8. FORMA E CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1. Não será admitida a participação de consórcio, tendo em vista que a dimensão das atividades englobadas na presente contratação é compatível com empresas de grande, médio e pequeno portes, não sendo necessário o consórcio para fins de comprovação de qualificação técnica e execução do objeto.

8.2. Dessa maneira, permitir a participação de consórcio implicaria a possibilidade de empresas potencialmente concorrentes se unirem para participar da licitação, o que acabaria por limitar a competitividade.

8.3. O fornecedor será selecionado por meio de disputa sob o critério de julgamento “técnica e preço”, conforme disposto no Art. 5º da Lei nº 12.232/10.

### 9. DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A AGÊNCIA deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

| QUESITOS                                             | SUBQUESITOS                            |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| I - Plano de Comunicação Publicitária                | Raciocínio Básico                      |
|                                                      | Estratégia de Comunicação Publicitária |
|                                                      | Ideia Criativa                         |
|                                                      | Estratégia de Mídia e Não Mídia        |
| II - Capacidade de Atendimento                       |                                        |
| III - Repertório                                     |                                        |
| IV – Relatos de Soluções de Problemas de comunicação |                                        |

9.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

### QUESITOS:

#### I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

9.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no *Briefing* – Apêndice I e nas orientações deste Termo de Referência, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 9.2.5 a 9.2.9;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

ii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa a que se refere o subitem 9.2.3.2. – e conter a identificação da AGÊNCIA, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, na forma de seus atos constitutivos.

### SUBQUESITOS:

9.2.1. Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a AGÊNCIA fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do MUNICÍPIO, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no *Briefing*.

9.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a AGÊNCIA apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no *Briefing*, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

9.2.3. Ideia Criativa é um subquesito por meio do qual a AGÊNCIA apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

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

9.2.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 9.2.3.3.

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

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

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

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de *fingers*) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um *hotsite* e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

9.2.3.3.1. Serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

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

9.2.3.3.3. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 9.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 9.2.3.1.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

9.2.3.3.4. Os *storyboards* animados, *animatics*, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- I. *storyboards* animados e *animatics*, para TV e cinema: avi, mp4, mov., mpeg;
- II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg e mov.

9.2.3.3.5. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1, observado o disposto no subitem 9.2.5.

9.2.3.3.6. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

9.2.3.3.7. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

9.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

- I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA e em função da verba referencial indicada no *Briefing*.
- II. simulação do plano de distribuição em que a AGÊNCIA identificará todas as peças e/ou material constantes da relação prevista no subitem 9.2.3.1.

9.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I – período de distribuição das peças e/ou material;
- II - quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V – quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não-mídia;
- VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não-mídia.

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

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



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

### **I - FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

9.2.5. O caderno específico, que compõe o Plano de Comunicação Publicitária, deverá observar a seguinte formatação:

- I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.
- III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII – alinhamento justificado do texto.
- VIII – texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

9.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material, prevista no subitem 9.2.3.1, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas, nesse limite, a capa e contracapa e as páginas, eventualmente utilizadas, apenas para separação dos subquestos.

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

9.2.7. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel 75 ou 90 gr, com ou sem suporte:

- I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 9.2.5;
- II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à AGÊNCIA observar o disposto no subitem 9.2.5;

9.2.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- I – ser editados em cores;
- II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 9.2.6.

9.2.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não-mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

### **II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

9.3. A Capacidade de Atendimento da AGÊNCIA deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos, por meios dos quais, a AGÊNCIA discriminará:

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

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

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

b) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços, objeto deste Termo de Referência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do Município.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais, que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia, que colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.3.1. Os documentos e informações, que compõem o caderno específico mencionado no subitem 9.3., deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA na forma de seus atos constitutivos.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

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

### **III – REPERTÓRIO**

9.4. O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela AGÊNCIA, agrupados em caderno específico.

9.4.1. No caderno específico do Repertório, deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- I – as peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2021;
- II – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- III – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).
  - a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- IV – as peças e/ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o MUNICÍPIO seja ou tenha sido signatária;
- V – formatação na orientação retrato, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas, sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada, na última, por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, na forma de seus atos constitutivos;
- VI – edição em papel A4 ou A3, de 75 ou 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

9.4.1.1. Para cada peça e/ou material previstos no subitem 9.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da AGÊNCIA e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

9.4.1.2. A apresentação de peças e/ou material, em número inferior ao exigido no subitem 9.4.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

9.4.1.2.1. A proporcionalidade, a que se refere o subitem 9.4.1.2, será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 11.3, III.

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

### **IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

9.5. A AGÊNCIA deverá apresentar, em caderno específico, 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 1º de janeiro de 2021.

9.5.1. A apresentação de menos de 03 (três) relatos no caderno específico implicará em pontuação proporcional à quantidade de relatos entregues, com base na pontuação máxima prevista no subitem 11.3, IV.

9.5.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 1º de janeiro de 2021 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o MUNICÍPIO seja ou tenha sido signatária.

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

9.5.2.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

9.5.3. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 9.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 9.5, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

9.5.4. Os documentos e informações, que compõem o caderno específico mencionado no subitem 9.5, deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA na forma de seus atos constitutivos.

9.5.4.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 9.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

### **10. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO**

10.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do edital informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 11.8.1, alíneas “a” deste Termo de Referência, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e o desconto, sob forma de percentual, na forma indicada no subitem 11.8.1, alínea “b” do Termo de Referência, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO-MG), em vigor, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65, observando-se ainda que, para atender o disposto na Lei nº 14.133/21, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

- I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;
- II – não será aceito desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.
- III – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;
- IV – o percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da AGÊNCIA e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- V – o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.);
- VI – os honorários propostos deverão observar o item 11.8.1;
- VII – A Proposta de Preço deverá ter declaração da AGÊNCIA:
- a) Comprometendo-se a envidar esforços, no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais, junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Município as vantagens obtidas;
  - b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no Termo de Referência.
- 10.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido no edital e deverá ser:
- b) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, na forma de seus atos constitutivos.
  - c) firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.
- 10.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das AGÊNCIAS classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.
- 10.2.2. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO-MG).
- 10.3. Fica instituído, também, que na vigência contratual, a AGÊNCIA fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

### 11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

11.1. O critério de julgamento para a classificação das AGÊNCIAS será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/21, sendo que é estabelecido o peso 0,60 para a Proposta Técnica e peso 0,40 para a Proposta de Preço.

11.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 12, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela AGÊNCIA:

#### I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- a) Raciocínio Básico (05 pontos) – a acuidade de compreensão:
  - a.1) das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico (01 ponto);
  - a.2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município com seus públicos (01 ponto);
  - a.3) das características do Município e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (01 ponto);
  - a.4) o desafio de comunicação expresso no *briefing* (02 pontos).
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária (25 pontos)
  - b.1) Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município e ao desafio de comunicação (07 pontos);
  - b.2) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos (04 pontos);
  - b.3) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município com seus públicos (02 pontos);
  - b.4) Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação (07 pontos);
  - b.5) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (03 pontos);
  - b.6) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível (02 pontos);
- c) Ideia Criativa (25 pontos)
  - c.1) Adequação ao desafio de comunicação (05 pontos);
  - c.2) Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA (03 pontos);
  - c.3) Adequação ao universo cultural do público-alvo (01 ponto);



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- c.4) Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (02 pontos);
- c.5) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem (03 pontos);
- c.6) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta (02 pontos);
- c.7) Pertinência às atividades de comunicação do Município, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico (03 pontos);
- c.8) Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados (03 pontos);
- c.9) Exequibilidade das peças e/ou do material (01 ponto);
- c.10) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos (02 pontos);
- d) Estratégia de Mídia e Não-mídia (15 pontos)
  - d.1) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo (02 pontos);
  - d.2) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (02 pontos);
  - d.3) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (11.2, I, d, “d.1” e “d.2”) (04 pontos);
  - d.4) Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município; (01 ponto);
  - d.5) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; (03 pontos).
  - d.6) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (03 pontos).

### **II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)**

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da AGÊNCIA e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (01 ponto).
- b) Experiência dos profissionais da AGÊNCIA em atividades publicitárias; (03 pontos).
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município; (02 pontos).
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (01 ponto).
- e) Operacionalidade do relacionamento entre o Município e a AGÊNCIA, esquematizado na proposta; (01 ponto).
- f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a AGÊNCIA colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (01 ponto).



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- g) Presença física da AGÊNCIA em Patrocínio, com sede ou filial registrada e em pleno funcionamento no Município. (01 ponto).

### **III – REPERTÓRIO (10 pontos)**

- a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a AGÊNCIA se propôs a resolver; (04 pontos)
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (04 pontos).
- c) Clareza da exposição das informações prestadas. (02 pontos).

### **IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)**

- a) Evidência de planejamento publicitário; (02 pontos).
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (03 pontos).
- c) Relevância dos resultados apresentados; (03 pontos).
- d) Concatenação lógica da exposição. (02 pontos).

11.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta) pontos

- a) Raciocínio Básico: 5 (cinco) pontos;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos;
- c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco) pontos;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze) pontos.

II – Capacidade de Atendimento: 10 (dez) pontos;

III – Repertório: 10 (dez) pontos;

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez) pontos;

11.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

11.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

11.3.3.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

destoantes, deverão registrar, em ata, as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

11.3.4. A nota de cada AGÊNCIA corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

11.4. Será desclassificada a AGÊNCIA que:

- I – não observar as determinações e as exigências do Termo de Referência;
- II - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- IV – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

11.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as AGÊNCIAS que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas.

11.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das AGÊNCIAS mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não-mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

11.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista segunda chamada da reunião de licitação ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as AGÊNCIAS.

11.7. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as AGÊNCIAS mais bem classificadas na Proposta Técnica.

### **JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

11.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Contratação serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas AGÊNCIAS presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as AGÊNCIAS, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

11.8.1. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

- a) Percentual de honorários sobre (i) a produção e a execução técnica de peça e/ou material, (ii) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no quesito 10.1:

| Pontos | Percentual de honorários |
|--------|--------------------------|
| 20     | 12% a inferior           |
| 10     | de 14% a 13%             |
| 05     | 15%                      |

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO-MG) que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 10.1:

| Pontos | Desconto sobre a tabela de custos internos |
|--------|--------------------------------------------|
| 20     | 75% ou acima de 75%                        |
| 15     | 70%                                        |
| 10     | 60%                                        |
| 05     | 50%                                        |

11.8.2. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações, através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa.

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

$$NFPC = \frac{D1 + D2}{2}$$

2

### JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

11.9. A Pontuação Final será obtida, através da fórmula abaixo, conforme previsto na Lei nº 14.133/2021:

$$PF = (NFNT / 100) \times 60 + (NFNP / 20) \times 40$$

PF = Pontuação final



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

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

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não-mídia

11.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 11.9.1, persistindo o empate, a decisão se fará dos critérios estabelecidos na Lei nº 14.133/2021.

11.9.3. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Termo de Referência, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras AGÊNCIAS.

11.9.4. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

11.9.5. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as AGÊNCIAS mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

## **12. DA FORMA DE CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

12.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

12.1.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

12.1.2. Um dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município.

12.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo Município.

12.2.1. A relação de nomes será publicada na Imprensa Oficial e site do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

12.2.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

- 12.2.2.1. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 12.2.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 12.
- 12.2.3. Será necessário publicar nova relação, se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 12.2.
- 12.2.4. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 12.2.5. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 12.2.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
- 12.2.5.1. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:
- I – 02 (dois) membros que possuam vínculo com o MUNICÍPIO;
  - II – 01 (um) membro que não possua vínculo com o MUNICÍPIO.
- 12.2.6. Além das demais atribuições previstas neste Termo de Referência, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de AGÊNCIAS relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

### **13. DA ESTIMATIVA DO VALOR**

13.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses, conforme levantamento feito no Estudo Técnico Preliminar e será executada de acordo com o previsto neste Termo de Referência.

13.2. O MUNICÍPIO se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

### **14. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

14.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados nas dotações orçamentárias de Propaganda e Publicidade, abaixo relacionadas: 02.01.03.01.04.122.0009.00.2.010.3.3.90.68.00.

**Elemento de despesa: Serviço de Publicidade e Propaganda**



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

### **15. PROPRIEDADE, SIGILO E SEGURANÇA DAS INFORMAÇÕES**

15.1. A AGÊNCIA deverá manter sigilo em relação aos dados, informações ou documentos que tomar conhecimento em decorrência da prestação dos serviços objeto deste processo licitatório, bem como se submeter às orientações e normas internas de segurança da informação vigentes, devendo orientar seus empregados e/ou prepostos nesse sentido, sob pena de responsabilidade civil, penal e administrativa.

15.2. Os profissionais envolvidos na prestação do serviço deverão tomar conhecimento dos normativos do MUNICÍPIO que regulamentam os aspectos de segurança da informação e de utilização dos recursos de Tecnologia da Informação.

15.3. Para finalidade da efetiva contratação, o MUNICÍPIO fará tratamento dos dados pessoais definidos neste Termo de Referência, dos representantes legais e outros, e, zelar e responsabilizar-se-á pela proteção de dados e privacidade.

15.4. A AGÊNCIA obriga-se, durante a participação de todas as fases do certame, a atuar em conformidade com a legislação vigente sobre proteção de dados pessoais e dados pessoais sensíveis, em especial a regulamentos municipais e a Lei nº 13.709/2018, empenhando-se em proceder a todo tratamento de dados pessoais que venha a mostrar-se necessário, em conformidade com este edital.

15.5. O MUNICÍPIO e a AGÊNCIA, quando do tratamento de dados pessoais, o fará de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses dos arts. 7º, 11 e/ou 14 da Lei nº 13.709/2018, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular.

15.6. A AGÊNCIA declara que tem ciência da existência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e deverá garantir, por seu representante legal e/ou pelo seu procurador, a confidencialidade dos dados pessoais a que tem acesso, deverá zelar e responsabilizar-se pela proteção dos dados e privacidade, respondendo pelos danos que possa causar.

15.7. É vedado à AGÊNCIA a utilização de todo e qualquer dado pessoal repassado em decorrência da prestação dos serviços objeto deste processo licitatório, para finalidade distinta da participação destes. As partes deverão, nos termos deste instrumento, cumprir com as obrigações que lhes forem impostas de acordo com regulamentos e leis aplicáveis à proteção de dados pessoais.

15.8. A AGÊNCIA fica obrigada a notificar o MUNICÍPIO, em até 24 (vinte e quatro) horas a respeito de qualquer incidente de acessos não autorizados aos dados pessoais, situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação, qualquer não cumprimento (ainda que suspeito) das disposições legais relativas à proteção de dados pessoais ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito, bem como adotar as providências dispostas no art. 48 da LGPD.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

15.9. As partes, em razão das infrações cometidas às normas previstas, ficam sujeitos as sanções administrativas, cíveis e criminais aplicáveis, por qualquer ação ilícita, que causar danos patrimoniais, morais, individual ou coletivo, aos titulares de dados pessoais.

15.10. A AGÊNCIA será integralmente responsável pelo pagamento de perdas e danos de ordem moral e material, bem como pelo ressarcimento do pagamento de qualquer multa ou penalidade imposta ao MUNICÍPIO e/ou a terceiros, diretamente resultantes do descumprimento pela contratada de qualquer das cláusulas previstas neste termo de referência quanto à proteção e uso dos dados pessoais.

15.11. As partes cooperarão entre si no cumprimento das obrigações referentes ao exercício dos direitos dos titulares previstos na LGPD e nas leis e regulamentos de proteção de dados em vigor e no atendimento de requisições e determinações do Poder Judiciário, Ministério Público, Tribunal de Contas e órgãos de controle administrativo.

15.12. As cláusulas de proteção de dados deste Termo de Referência permanecem durante toda execução do objeto ora licitado, sem prejuízo de novas cláusulas definidas no instrumento contratual resultante deste certame, na medida de abrangência dentro de seu escopo, e, ainda que encerrada vigência do instrumento contratual, os deveres previstos devem ser observados pelas partes, por prazo indeterminado, sob pena de responsabilização.

15.13. Por ocasião da assinatura do contrato a AGÊNCIA deverá seguir um conjunto de premissas, políticas, especificações técnicas, devendo estar alinhadas com a legislação vigente e as melhores práticas de mercado, a fim de assegurarem adequado nível de segurança em relação aos possíveis riscos gerados pelo tratamento de dados pessoais, na sua estrutura organizacional.

15.14. Por ocasião da assinatura do contrato, a AGÊNCIA, informará ao MUNICÍPIO, dos dados de contato do seu respectivo Encarregado de Dados, conforme exigido nos documentos de habilitação jurídica.

### **16. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

16.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da AGÊNCIA, sujeitando-a às penalidades previstas na Lei nº 14.133/ 2021, regulamentada pelo Decreto Municipal nº 4.553/2025, sem prejuízo de eventual responsabilidade civil e criminal.

16.2. Na aplicação de sanções serão observados o contraditório e ampla defesa.

### **17. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

17.1. A simples participação no certame evidencia que as AGÊNCIAS examinaram cuidadosamente, se inteiraram dos detalhes e concordaram com o Termo de Referência e seus apêndices.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

17.2. A AGÊNCIA cede ao MUNICÍPIO os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato decorrente deste processo licitatório.

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

17.2.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração acordadas, incluindo o desconto de AGÊNCIA.

17.2.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pelo MUNICÍPIO em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

17.3. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a AGÊNCIA solicitará, a quem de direito, a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

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

17.5. O MUNICÍPIO será o único proprietário das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato decorrente deste processo licitatório, sejam estes passíveis ou não de proteção do direito de propriedade intelectual.

17.5.1. É garantida ao MUNICÍPIO, a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da AGÊNCIA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução do contrato decorrente deste processo licitatório, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

Patrocínio, 07 de agosto de 2025.

---

Ana Maria Marra Prado

Secretária Municipal de Comunicação Social e Imprensa

---

Samanta Ferreira Reis

Equipe de planejamento



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

**PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Campanha: \_\_\_\_\_

Avaliador 01, 02 ou 3: \_\_\_\_\_

Visto: \_\_\_\_\_

| QUESITO                                                                                                                    | PONTUAÇÃO |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Raciocínio Básico (máximo 05 pontos)</b>                                                                                |           |
| Das funções e do papel do Município no contexto social, político e econômico – 1 ponto.                                    |           |
| Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município com seus públicos – 1 ponto.                             |           |
| Das características do Município e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária – 1 ponto. |           |
| O desafio de comunicação expresso no <i>briefing</i> – 2 pontos.                                                           |           |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                               |           |
| <b>Observações:</b>                                                                                                        |           |

| QUESITO                                                                                                                                | PONTUAÇÃO |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 25 pontos)</b>                                                                       |           |
| Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município e ao desafio de comunicação – 7 pontos; |           |
| Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos – 4 pontos.      |           |
| Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município com seus públicos – 2 pontos.                 |           |
| Adequação e a exequibilidade da estratégia e comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação – 7 pontos.    |           |



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

|                                                                                                                                                                                                               |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta – 3 pontos.                                                                      |  |
| Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no <i>briefing</i> , seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível – 2 pontos. |  |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                                                                                  |  |
| <b>Observações:</b>                                                                                                                                                                                           |  |

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                        | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Ideia Criativa (máximo 25 pontos)</b>                                                                                              |                  |
| Adequação ao desafio de comunicação – 5 pontos.                                                                                       |                  |
| Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA – 3 pontos.                                                  |                  |
| Adequação ao universo cultural do público-alvo – 1 ponto.                                                                             |                  |
| Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta – 2 pontos.                                                                  |                  |
| Originalidade da combinação dos elementos que a constituem – 3 pontos.                                                                |                  |
| Simplicidade da forma sob a qual se apresenta – 2 pontos.                                                                             |                  |
| Pertinência às atividades de comunicação do Município, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico – 3 pontos. |                  |
| Desdobramentos comunicativos que ensejam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados – 3 pontos.           |                  |
| Exequibilidade das peças e/ou do material – 1 ponto.                                                                                  |                  |
| Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos eios e aos públicos propostos – 2 pontos.                       |                  |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                          |                  |
| <b>Observações:</b>                                                                                                                   |                  |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                    | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Estratégia de Mídia e Não-mídia (máximo 15 pontos)</b>                                                                         |                  |
| Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público alvo – 2 pontos.                                                    |                  |
| Capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos – 2 pontos.                                                              |                  |
| Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores – 4 pontos.       |                  |
| Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município – 1 ponto.                       |                  |
| Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material – 3 pontos. |                  |
| Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa – 3 pontos.                                                                |                  |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                      |                  |
| <b>Observações:</b>                                                                                                               |                  |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

**PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Campanha: \_\_\_\_\_

| <b>QUESITO</b>                                                                                                             | <b>AVALIADOR<br/>01</b> | <b>AVALIADOR<br/>02</b> | <b>AVALIADOR<br/>03</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Raciocínio Básico (máximo 5 pontos)</b>                                                                                 |                         |                         |                         |
| Das funções e do papel do Município no contexto social, político e econômico – 1 ponto.                                    |                         |                         |                         |
| Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município com seus públicos – 1 ponto.                             |                         |                         |                         |
| Das características do Município e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária - 1 ponto. |                         |                         |                         |
| O desafio de comunicação expresso no <i>briefing</i> – 2 pontos.                                                           |                         |                         |                         |
| <b>TOTAL DO QUESITO</b>                                                                                                    |                         |                         |                         |
| <b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>                                                                                               |                         |                         |                         |

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                            | <b>AVALIADOR<br/>01</b> | <b>AVALIADOR<br/>02</b> | <b>AVALIADOR<br/>03</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 25 pontos)</b>                                                                          |                         |                         |                         |
| Adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do Município e ao seu desafio de comunicação – 7 pontos; |                         |                         |                         |
| Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto – 4 pontos.          |                         |                         |                         |
| Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município com seus públicos – 2 pontos.                    |                         |                         |                         |
| Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação – 7 pontos.      |                         |                         |                         |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

|                                                                                                                                                                                                                 |  |  |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta – 3 pontos.                                                                        |  |  |  |
| A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de Comunicação expresso no <i>briefing</i> , seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível – 2 pontos. |  |  |  |
| <b>TOTAL DO QUESITO</b>                                                                                                                                                                                         |  |  |  |
| <b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>                                                                                                                                                                                    |  |  |  |

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                        | <b>AVALIADOR<br/>01</b> | <b>AVALIADOR<br/>02</b> | <b>AVALIADOR<br/>03</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Ideia Criativa (máximo 25 pontos)</b>                                                                                              |                         |                         |                         |
| Adequação ao desafio de comunicação – 5 pontos.                                                                                       |                         |                         |                         |
| Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA – 3 pontos.                                                  |                         |                         |                         |
| Adequação ao universo cultural do público-alvo – 1 ponto.                                                                             |                         |                         |                         |
| Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta – 2 pontos.                                                                  |                         |                         |                         |
| Originalidade da combinação dos elementos que a constituem – 3 pontos.                                                                |                         |                         |                         |
| Simplicidade da forma sob a qual se apresenta – 2 pontos.                                                                             |                         |                         |                         |
| Pertinência às atividades de comunicação do Município, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico – 3 pontos. |                         |                         |                         |
| Desdobramentos comunicativos que ensejam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados – 3 pontos.           |                         |                         |                         |
| Exequibilidade das peças e/ou do material – 1 ponto.                                                                                  |                         |                         |                         |
| Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos – 2 pontos.                      |                         |                         |                         |
| <b>PONTUAÇÃO DO QUESITO</b>                                                                                                           |                         |                         |                         |
| <b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>                                                                                                          |                         |                         |                         |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                    | <b>AVALIADOR<br/>01</b> | <b>AVALIADOR<br/>02</b> | <b>AVALIADOR<br/>03</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Estratégia de Mídia e Não-mídia (máximo 15 pontos)</b>                                                                         |                         |                         |                         |
| Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo – 2 pontos.                                      |                         |                         |                         |
| Capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos – 2 pontos.                                                              |                         |                         |                         |
| Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores – 4 pontos.       |                         |                         |                         |
| Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município – 1 ponto.                       |                         |                         |                         |
| Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material – 3 pontos. |                         |                         |                         |
| Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa – 3 pontos.                                                                |                         |                         |                         |
| <b>PONTUAÇÃO DO QUESITO</b>                                                                                                       |                         |                         |                         |
| <b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>                                                                                                      |                         |                         |                         |
| <b>NOTA TOTAL DA CAMPANHA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (NTPCP)</b>                                                         |                         |                         |                         |

Observações:

- 1) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei nº 12.232/2010.
- 2) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 3) A nota total da campanha – Plano de Comunicação Publicitária (NTPCP) corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.



**Prefeitura Municipal de Patrocínio  
Estado de Minas Gerais**

**PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A  
PROPONENTE**

Identificação da AGÊNCIA: \_\_\_\_\_

Avaliador 01, 02 ou 03 \_\_\_\_\_

Visto: \_\_\_\_\_

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Capacidade de Atendimento (máximo 10 pontos)</b>                                                                                                                                                                                                                           |                  |
| Porte e tradição dos clientes atuais da AGÊNCIA e o conceito de seus produtos e serviços no mercado – 1 ponto.                                                                                                                                                                |                  |
| Experiência dos profissionais da AGÊNCIA em atividades publicitárias – 3 pontos.                                                                                                                                                                                              |                  |
| Adequação das qualificações e das quantificações destes profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município – 3 pontos.                                                                                                                                       |                  |
| Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato – 1 ponto.                                                                                                                                             |                  |
| Operacionalidade do relacionamento entre do Município e a AGÊNCIA, esquematizado na Proposta – 1 ponto.                                                                                                                                                                       |                  |
| Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a AGÊNCIA colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato – 1 ponto. |                  |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  |                  |
| <b>Observações:</b>                                                                                                                                                                                                                                                           |                  |

| <b>QUESITO</b>                                                                              | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Repertório (máximo 10 pontos)</b>                                                        |                  |
| Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a AGÊNCIA se propôs a resolver – 4 pontos. |                  |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

|                                                                            |  |
|----------------------------------------------------------------------------|--|
| Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material – 4 pontos. |  |
| Clareza da exposição das informações prestadas – 2 pontos.                 |  |
| <b>TOTAL</b>                                                               |  |
| <b>Observações:</b>                                                        |  |

| <b>QUESITO</b>                                                                   | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)</b>        |                  |
| Evidência de planejamento publicitário – 2 pontos.                               |                  |
| Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 pontos. |                  |
| Relevância dos resultados apresentados – 3 pontos.                               |                  |
| Concatenação lógica da exposição – 2 pontos.                                     |                  |
| <b>TOTAL</b>                                                                     |                  |
| <b>Observações:</b>                                                              |                  |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio  
Estado de Minas Gerais**

**PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A  
PROPONENTE**

Identificação da AGÊNCIA:

---

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>AVALIADOR<br/>01</b> | <b>AVALIADOR<br/>02</b> | <b>AVALIADOR<br/>03</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Capacidade de Atendimento (máximo 10 pontos)</b>                                                                                                                                                                                                                           |                         |                         |                         |
| Porte e a tradição dos clientes atuais da AGÊNCIA e o conceito de seus produtos e serviços no mercado – 1 ponto.                                                                                                                                                              |                         |                         |                         |
| Experiência dos profissionais da AGÊNCIA em atividades publicitárias – 3 pontos.                                                                                                                                                                                              |                         |                         |                         |
| Adequação das qualificações e das quantificações destes profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município – 3 pontos.                                                                                                                                       |                         |                         |                         |
| Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato – 1 ponto.                                                                                                                                             |                         |                         |                         |
| Operacionalidade do relacionamento entre da Esquematizado na proposta – 1 ponto.                                                                                                                                                                                              |                         |                         |                         |
| Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a AGÊNCIA colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato – 1 ponto. |                         |                         |                         |
| <b>PONTUAÇÃO DO QUESITO</b>                                                                                                                                                                                                                                                   |                         |                         |                         |
| <b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>                                                                                                                                                                                                                                                  |                         |                         |                         |

| <b>QUESITO</b>                                                                             | <b>AVALIADOR<br/>01</b> | <b>AVALIADOR<br/>02</b> | <b>AVALIADOR<br/>03</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Repertório (máximo 10 pontos)</b>                                                       |                         |                         |                         |
| Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a AGÊNCIA se propôs a resolver – 4 pontos |                         |                         |                         |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

|                                                                            |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material – 4 pontos. |  |  |  |
| Clareza da exposição das informações prestadas – 2 pontos.                 |  |  |  |
| <b>PONTUAÇÃO DO QUESITO</b>                                                |  |  |  |
| <b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>                                               |  |  |  |

| <b>QUESITO</b>                                                                        | <b>AVALIADOR<br/>01</b> | <b>AVALIADOR<br/>02</b> | <b>AVALIADOR<br/>03</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)</b>             |                         |                         |                         |
| Evidência de planejamento publicitário – 2 pontos.                                    |                         |                         |                         |
| Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 pontos.      |                         |                         |                         |
| Relevância dos resultados apresentados – 3 pontos.                                    |                         |                         |                         |
| Concatenação lógica da exposição – 2 pontos.                                          |                         |                         |                         |
| <b>PONTUAÇÃO DO QUESITO</b>                                                           |                         |                         |                         |
| <b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>                                                          |                         |                         |                         |
| <b>NOTA TOTAL DA AGÊNCIA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES<br/>SOBRE A PROPONENTE (NTCIP)</b> |                         |                         |                         |

Observações:

- 1) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei nº 12.232/2010.
- 2) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 3) A nota total da AGÊNCIA –Conjunto de Informações sobre a Proponente (NTCIP) corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.



**Prefeitura Municipal de Patrocínio  
Estado de Minas Gerais**

**RESUMO GERAL DA AVALIAÇÃO PROPOSTA TÉCNICA**

Identificação da AGÊNCIA:

\_\_\_\_\_

Campanha: \_\_\_\_\_

| ITEM                                                               | NOTA |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| Nota Total da Campanha – Plano de Comunicação Publicitária (NTPCP) |      |
| Nota Total da AGÊNCIA–NTCIP                                        |      |
| <b>NOTA TOTAL TÉCNICA DA AGÊNCIA (NTT)</b>                         |      |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio  
Estado de Minas Gerais**

**ROTEIRO PARA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL**

Identificação da AGÊNCIA: \_\_\_\_\_

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços vigente do SINAPRO - Sindicato das Agências de Minas Gerais.                                                                                                                                          |                  |
| Percentual de honorários sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços de suprimentos contratados, cuja distribuição não proporcione à AGÊNCIA, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65. |                  |
| <b>NOTA COMERCIAL TOTAL (NCT)</b>                                                                                                                                                                                                                                                             |                  |
| <b>Observações:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |                  |



**Prefeitura Municipal de Patrocínio  
Estado de Minas Gerais**

**ANEXO II  
CARTA DE CREDENCIAMENTO**

**Processo nº: 137/2025**  
**Modalidade: Concorrência**  
**Edital nº: 03/2025**  
**Tipo: Técnica e Preço**

À Comissão de Contratação do Município de Patrocínio

Prezados Senhores,

Pela presente, a empresa[nome completo da empresa], inscrita no CNPJ sob o nº [número do CNPJ], com sede à [endereço completo], por seu representante legal infra-assinado, credencia o(a) Sr(a). [nome completo do(a) representante], portador(a) do RG nº [número do RG] e CPF nº [número do CPF], a participar da licitação na modalidade concorrência, na forma presencial, promovida por essa entidade, com poderes para formular propostas, interpor e renunciar a recursos, assinar documentos, prestar esclarecimentos e praticar todos os atos necessários ao bom andamento do certame.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

---

**NOME / RAZÃO SOCIAL**  
**IDENTIFICAR O RESPONSÁVEL PELA EMPRESA**  
**CPF/CNPJ**



**Prefeitura Municipal de Patrocínio  
Estado de Minas Gerais**

**ANEXO III  
MODELO DE PROPOSTA**

**Processo nº: 137/2025**  
**Modalidade: Concorrência**  
**Edital nº: 03/2025**  
**Tipo: Técnica e Preço**

Nome empresarial da licitante: \_\_\_\_\_  
CNPJ nº: \_\_\_\_\_  
Endereço, telefone e e-mail: \_\_\_\_\_

Validade da proposta: \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

1. Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº \_\_/2025, promovida pela Prefeitura Municipal de Patrocínio, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_) por cento) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material; (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

b) em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_) por cento);

1.1 O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Prefeitura Municipal de Patrocínio a esse título.

2. Comprometemo-nos a envidar esforços, no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais, junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Município as vantagens obtidas;

3. Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Patrocínio procederá à



**Prefeitura Municipal de Patrocínio**  
**Estado de Minas Gerais**

retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

4. Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta de Contrato.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

\_\_\_\_\_  
CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA  
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

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



**Prefeitura Municipal de Patrocínio  
Estado de Minas Gerais**

**ANEXO IV  
MODELO DE DECLARAÇÃO CONJUNTA**

**Processo nº: 137/2025**  
**Modalidade: Concorrência**  
**Edital nº: 03/2025**  
**Tipo: Técnica e Preço**

(Razão Social, CNPJ, endereço), por intermédio de seu diretor ou representante legal, o(a) Sr.(a.) (nome e CPF), declara, sob as penas da lei, que:

- a) atende aos requisitos de habilitação, não existindo fatos impeditivos para a habilitação no certame e que é responsável pela veracidade das informações prestadas;
- b) tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação.
- c) a proposta foi elaborada em conformidade com as todas as exigências do edital do referido certame.
- d) cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social;
- e) sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;
- f) não contrata menor de 18 anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos nos termos do art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal;
- g) não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, nos termos do disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- h) que cumpre as exigências de contratação de menor aprendiz, nos termos da Lei Municipal nº 5.681/2024 e Lei Federal nº 10.097/2010, regulamentada pelo Decreto nº 9.579/2018 empregando e matriculando nos cursos oferecidos pelos serviços nacionais de aprendizagem o número de aprendizes equivalente a cinco por cento, no mínimo, e quinze por cento, no máximo, dos trabalhadores existentes em cada estabelecimento cujas funções demandem formação profissional.
- i) que não possui em seu quadro societário servidor público municipal.

Por ser expressão de verdade, firma a presente.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

\_\_\_\_\_  
NOME / RAZÃO SOCIAL  
IDENTIFICAR O RESPONSÁVEL PELA EMPRESA  
CPF/CNPJ



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

### ANEXOV MINUTA DO CONTRATO

**Processo nº: 137/2025**  
**Modalidade: Concorrência**  
**Edital nº: 03/2025**  
**Tipo: Técnica e Preço**

**Objeto:** CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE VISANDO A ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DO MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO, COM BASE NA LEI FEDERAL Nº 12.232, DE 2010.

#### CLÁUSULA 1 – DAS PARTES

##### 1.1. CONTRATANTE:

**MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ nº 18.468.033/0001-26, neste ato representado pelo prefeito municipal, Gustavo Tambelini Brasileiro, aqui denominado **CONTRATANTE**; e,

##### 1.2. CONTRATADA:

**XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, pessoa jurídica de direito público, inscrita no CNPJ sob o nº xx.xxx.xxx/xxxx-xx, com sede na xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, CEP xx.xxx-xxx, neste ato representada por XXXX.

#### CLÁUSULA 2 – DO OBJETO

2.1.O presente instrumento tem origem na Concorrência n. 03/2025, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade ao Município.

2.1.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação.

2.1.1.1.Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I– à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II– ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

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

2.1.1.2.As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.1.1.1.,II, terão a finalidade de:

I– gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II– aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III– possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

2.2. Não estão abrangidas por esta contratação as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

2.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 2.2 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

2.3. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação do Município.

2.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

### CLÁUSULA 3 – DA VIGÊNCIA

3.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, com início a partir de sua assinatura.

3.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos da lei, respeitada a vigência máxima decenal, nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/21.

3.2.1. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações trimestrais previstas no subitem 7.4.

3.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial.

### CLÁUSULA 4 – DO VALOR DO CONTRATO E DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta concorrência está estimada em **R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. O valor do contrato poderá ser aditivado em até 25% (vinte e cinco por cento), nos termos do art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

4.3. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados nas dotações orçamentárias de Propaganda e Publicidade conforme abaixo:

*02.01.03.01.04.122.0009.00.2.010.3.3.90.68.001500 – Serviço de Publicidade e Propaganda*

4.4. O MUNICÍPIO se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

4.5. No caso de prorrogação do contrato o valor estimado será reajustado com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA.

4.5.1. Os valores relativos à remuneração dos serviços publicitários somente serão reajustados quando houver atualização da Tabela do Sindicato das Agências de



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO MG), adotada como parâmetro para remuneração, considerando-se o desconto concedido pela CONTRATADA na proposta de preço.

### **CLÁUSULA 5 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no Termo de Referência e neste CONTRATO ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 2.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência n. 03/2025, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao Município.

5.1.2. A CONTRATADA deverá disponibilizar para atendimento diretamente na Secretaria Municipal de Comunicação e Imprensa, durante todo o período do contrato, os seguintes profissionais:

- a) 1 (um) profissional na área de planejamento e criação;
- b) 1 (um) profissional na área de mídia e comunicação digital.

5.1.2.1. Os profissionais designados deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

5.1.2.2. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior aos dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na proposta técnica, para executar os serviços de planejamento e criação, outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

5.1.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pelo Município.

5.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pelo Município.

5.1.4.1. A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 2.1.1., diretamente, com seus próprios recursos.

5.1.4.2. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 2.1.1.1., fornecedores de serviços especializados.

5.1.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do Município e implica a atuação da AGÊNCIA por conta e ordem do Município.

5.1.4.2.2. O MUNICÍPIO deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

5.1.4.2.3. Caberá à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo Município.

5.1.5. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo Município – respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os dados e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

5.1.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao Município, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

5.1.5.1.1. A culpa do fornecedor de serviços especializado, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

5.1.5.1.2. O aumento de despesas ou perda de descontos para o Município, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA deverá ser ressarcido pela CONTRATADA responsável, ao Município em até 02 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

5.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem 5.1.5.1.2., o valor poderá ser glosado pelo Município ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

5.1.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do Município e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

5.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

5.1.7.1. Pertencem ao Município, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

5.1.7.1.1. O disposto no subitem 5.1.7.1. não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Município, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

5.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao Município:



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

I– Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores.

II– Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido:

a)A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser previamente justificada ao Município, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III– exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

a)Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b)Detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c)Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

IV– informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

5.1.8.1.Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do Município.

5.1.8.2.O MUNICÍPIO procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.1.8.3.Se e quando julgar conveniente, o Município poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.8.4.As disposições do subitem 5.1.8. não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8.5.As condições do subitem 5.1.8, I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

5.1.9.Encaminhar, a cada 03 (três) meses de vigência do contrato e de seus eventuais aditamentos, referentes a peças aprovadas pelo Município e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I– TV e Cinema: cópias em pendrive e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

II– Internet: cópias em CD;

III– Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

IV– Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

5.1.9.1.As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação do Município.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

5.1.9.2.Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo Município.

5.1.9.3.Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 5.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, o Município indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

5.1.10. Disponibilizar ao Município informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

5.1.11. Produzir e entregar em meio digital, como CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pelo Município, portfólio dos trabalhos realizados para o Município.

5.1.11.1.O portfólio deverá ser entregue trimestralmente, até o final do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o período vigente.

5.1.11.2.O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pelo Município.

5.1.12. Entrega ao Município cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo Município.

5.1.13. Entregar ao Município, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (Mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo Município.

5.1.13.1.O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado ao Município no dia útil seguinte à realização do contato com o Município, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

5.1.14. Elaborar, sempre que solicitado pelo Município, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

5.1.15. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

I– criação e manutenção de acervo da propaganda do Município, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

II– criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.15.1.A agência se reunirá com o Município, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do CONTRATO, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

5.1.15.1.1.Aprovada pelo Município, a proposta passará integrar este CONTRATO, ressalva a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

5.1.15.2.A CONTRATADA por meio deste CONTRATO, transfere ao Município a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte.

5.1.15.3.O banco/acervo virtuais deverão estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste CONTRATO.

5.1.16. Prestar esclarecimentos ao Município sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.17. Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.18. Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

5.1.18.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação do Município, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

5.1.19. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

5.1.20.1. A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.20.2. Sempre que solicitados pelo Município, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo recolhidos todos os seus encargos e cumpridas as obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

5.1.21. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 3.1., facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

5.1.22. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados.

5.1.23. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.

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



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

5.1.25. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção deste CONTRATO.

### **CLÁUSULA 6 – DAS OBRIGAÇÕES DO MUNICÍPIO**

6.1. Constituem obrigações do Município, além das demais previstas no Termo de Referência e neste CONTRATO ou dele decorrentes:

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem 5.1.5. e respectivos subitens.

6.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

6.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6.1.4. Comunicar à AGÊNCIA toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, em comunicação impressa ou por e-mail, no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas.

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

6.1.6. Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento.

6.1.7. Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a AGÊNCIA repasse as informações à mão de obra subcontratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos do Município.

6.1.1. Obedecer ao que determina o parágrafo 1º, art. 37 da Constituição Federal que determina que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos. deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

### **CLÁUSULA 7 – DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS**

7.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pelo Município.

7.1.1. O MUNICÍPIO poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

7.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

7.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

7.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do Município.

7.2.1.1. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pelo Município, observado o subitem 5.1.5.

7.3. A gestão deste CONTRATO pelo Município será realizada pela Secretária Municipal de Comunicação, com apoio dos fiscais de contrato.

7.3.1. A fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da CONTRATADA pela execução dos serviços e será exercida pela

7.3.2. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste CONTRATO, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

7.3.3. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do Município ou auditoria externa por esta indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

7.3.4. Serão anotadas registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pelo Município às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

7.4. O MUNICÍPIO realizará, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem 7.1.7.

7.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação trimestral será considerada instrumento para:

- I- solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;
- II- subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
- III- subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

### **CLÁUSULA 8 – DA REMUNERAÇÃO**

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de \_\_\_%( ) sobre os custos:

- (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.2. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

8.3. Pelos serviços de criação e execução interna, a AGÊNCIA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de \_\_\_\_% (    por cento).

8.4.Despesas com deslocamento de profissionais da AGÊNCIA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, serão de responsabilidade da CONTRATADA.

### **CLÁUSULA 9 – DESCONTO DE AGÊNCIA**

9.1.Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a AGÊNCIA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65e do Decreto n 57.690/66.

9.1.1.O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à AGÊNCIA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do Município, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

9.2. A CONTRATADA repassará, quando cabível, ao CONTRATANTE o valor correspondente ao percentual respectivo constante do Anexo “B” das Normas Padrão – CENP, Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão do CENP.

### **CLÁUSULA 10 – DOS DIREITOS AUTORAIS**

10.1. A CONTRATADA cede ao Município os direitos autorais patrimoniais de uso dasideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

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

10.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

10.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pelo Município em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

10.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

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

10.4.O MUNICÍPIO será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

10.4.1. É garantida ao Município a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

### **CLÁUSULA 11 – DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo Município, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome do Município de Patrocínio, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número) Agência (nome e número) Conta Corrente (número)

a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente ao Município, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento às CONTRATADAS deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para o Município.

a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 11.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

II – jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

b)Mídia Exterior:

i.Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as foros, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

ii.Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração..

iii.Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c)Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

11.1.1.1.As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 11.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pelo Município, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.1.2.Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA ao Município.

11.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Secretaria de Comunicação.

11.2.1.Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, o Município a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.2.1.1.Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.2.1.2.O MUNICÍPIO não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

11.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:

I– Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal em vigor;



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

II– Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT conforme lei 12.440, de 07 de julho de 2011, em vigor;

III– Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor;

IV- Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Estado em vigor;

V– Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio da Licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Município.

11.3.1. A CONTRATADA apresentará ao Município os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

11.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 11.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.

11.4.O MUNICÍPIO efetuará o pagamento conforme calendário abaixo:

11.4.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem 11.3.

11.4.1.1. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

11.4.2. Havendo atraso no pagamento pelo Município, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação pro rata tempore do IGPM (FGV).

11.5. O MUNICÍPIO não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

11.6. O MUNICÍPIO não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

11.8.O MUNICÍPIO, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

### **CLÁUSULA 12 – DA GARANTIA**

12.1.A CONTRATADA prestará garantia, em favor do Município, no valor de R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais), correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor estimado no



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

subitem 4.1, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data da assinatura do CONTRATO.

12.1.1. Caso não apresentada no prazo indicado, o valor correspondente poderá ser retido, nos mesmos termos do subitem 13.1.2.2., para a constituição da garantia sob a modalidade de caução em dinheiro.

12.1.2. O valor retido para constituição da garantia não afasta a aplicação da penalidade prevista no subitem 13.1, II, “d”, pelo atraso ocorrido até a data de sua integral constituição.

12.1.3. A validade da garantia deve corresponder ao período de vigência deste CONTRATO, acrescido de 90 dias.

12.1.4. A CONTRATADA poderá, a qualquer tempo, solicitar a substituição da garantia contratual por outra modalidade prevista na Lei 14.133/21.

12.2. A garantia deverá ser prestada em uma das seguintes modalidades, à escolha da CONTRATADA:

I - caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

II - seguro-garantia;

III - fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil; ou

IV - título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

12.2.1. Se a opção da garantia recair em seguro garantia ou fiança bancária, no título apresentado deverá constar expressamente:

I– cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas de caráter punitivo;

II– vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem 12.1.3.;

III– cláusula de renúncia do fiador aos benefícios dos arts. 827 e 835 do Código Civil Brasileiro;

IV– o prazo máximo de pagamento da indenização de 30 (trinta) dias.

12.2.1.1. Quando apresentada em seguro-garantia ou fiança bancária, a CONTRATADA poderá apresentar mais de uma apólice para o atendimento integral das obrigações contratadas.

12.2.1.2. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contiverem cláusulas contrárias aos interesses do Município.

12.2.1.3. A carta de Fiança ou Apólice de Seguro-Garantia deverá ser acompanhada do rol exaustivo da documentação necessária à caracterização do sinistro para fins de indenização.

12.3. A CONTRATADA se obriga a complementar o valor da garantia, em até 72 (setenta e duas) horas contados da data da notificação do Município, nos casos de uso, total ou parcial, do valor da garantia, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este CONTRATO, incluída a indenização a terceiros.

12.4. A garantia deverá ser renovada, na hipótese de prorrogação deste CONTRATO, ou atualizada no caso de alteração do valor contratual, em até 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do respectivo Termo Aditivo.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

12.5. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias, após o término do prazo de vigência deste CONTRATO, mediante certificação, por seus Gestores, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.5.1. Na restituição de garantia realizada por caução em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação pro rata tempore do IGPM (FGV), verificada entre a data da prestação efetiva e a da devolução.

### **CLÁUSULA 13 – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1. Pela inexecução total ou parcial deste CONTRATO, poderão ser aplicadas à CONTRATADA as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados ao Município:

I– Advertência por descumprimento de qualquer obrigação contratual.

II– Multa:

a) Não realização, no prazo definido pelo Município, de ação publicitária cuja data ou período de implantação se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação: 10% (dez por cento) sobre o valor da veiculação e/ou produção não realizada;

b) Não quitação dos compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, no prazo estabelecido no subitem 5.1.4.2.3.:

i. No período até o 15º dia de inadimplência: 0,00004% (quatro centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 4.1, por dia de atraso;

ii. No período entre o 16º. e o 30º. dia de inadimplência: 0,00008% (oito centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 4.1, por dia de atraso;

iii. Após o 30º. dia de inadimplência: multas indicadas nos subitens 13.1, II, c, "i" e "ii" e rescisão contratual.

c) Atraso na apresentação, reposição, complementação ou atualização da garantia de execução contratual:

i. No período até o 10º dia útil de atraso, 1% (um por cento) do valor da garantia devida, por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias úteis;

ii. Após o 10º dia útil de atraso, 50% (cinquenta por cento) do valor da garantia devida e rescisão contratual;

III– Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Município pelo período não superior a 02 (dois) anos, nos seguintes casos:

a) Não manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;

b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste CONTRATO, por descumprimento de suas obrigações;

c) Apresentação de documentos falsos ou falsificados;

d) Cometimento de falhas ou fraudes na execução deste CONTRATO.

IV– declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo conforme Lei 14.133/21, que será aplicada nos seguintes casos:

a) Condenação definitiva por prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

b) Prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;

c) Demonstração de que não possui idoneidade para contratar com a Administração Pública.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

13.1.1. As multas previstas nos subitens 13.1,II são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.

13.1.1.1.O valor da multa deverá ser recolhido em até dois dias úteis, tendo como beneficiário o Município de Patrocínio, prazo após o qual, não havendo sua comprovação, poderá ser executado alternativamente:

I– dos créditos decorrentes deste CONTRATO, até o limite dos prejuízos causados ao Município;

II– dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre o Município e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;

III– ou da execução da garantia contratual, para ressarcimento do Município dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

13.1.1.2.O valor previsto no subitem 4.1. será atualizado nos termos do subitem 4.1.1, para efeito do cálculo da multa.

13.1.2.A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Município poderá também ser aplicada nos casos previstos nas alíneas do subitem 13.1, IV.

13.1.3.A penalidade de advertência e a penalidade de multa poderão ser aplicadas individualmente ou em conjunto com qualquer outra penalidade prevista no item 13.

13.1.4. Não serão aplicadas penalidades por ato decorrente de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados.

13.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório e contraditório.

13.2.1. A notificação de irregularidade será efetuada por ciência no processo, por via postal, com aviso de recebimento, por telegrama, ou por outro meio que assegure a certeza da ciência do interessado.

13.2.1.1.Caso não seja possível a entrega da notificação ao contratado, pelos meios descritos no subitem 13.2.1., esta poderá ser feita mediante a publicação na imprensa oficial.

13.2.2.A notificação indicará o local onde será concedida vista do respectivo processo, sendo facultado à CONTRATADA transcrevê-lo ou o fotocopiar, total ou parcialmente, vedada sua retirada do âmbito do Município.

13.2.3.A CONTRATADA terá 5 (cinco) dias úteis, contados da expedição da notificação, para apresentar defesa perante a autoridade administrativa que emitiu a notificação, mediante peça escrita contendo as razões de defesa acompanhadas, se houver, da respectiva documentação comprobatória.

13.2.3.1.O prazo para apresentação de defesa em caso da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será de 10 (dez) dias.

13.2.3.2.A CONTRATADA poderá apresentar recurso contra aplicação de penalidade, mediante instrumento dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, ou fazê-la subir devidamente informada, para decisão pela autoridade superior.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

13.2.3.3.A procedência da defesa implica o arquivamento do processo, e a sua improcedência, a aplicação da(s) penalidade(s) pertinente(s).

13.3.A aplicação das penalidade administrativas não exime a responsabilidade civil e penal da CONTRATADA.

### **CLÁUSULA 14 – DA RESCISÃO CONTRATUAL**

14.1. Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos na Lei n. 14.133/21, assim como, se a CONTRATADA:

- I– Utilizar este contrato, em qualquer operação financeira;
- II– for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- III– não manter suas condições de habilitação;
- IV– deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- V– não prestar garantia nos termos contratualmente previstos;
- VI– for envolvidas em escândalo público e notório;
- VII– quebrar o sigilo profissional;
- VIII– utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informação não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais.
- IX– motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes;
- X– atrasar por mais de 30 dias a alocação dos profissionais disponibilizados ao Município ou o início da operação de atendimento publicitário.
- XI– não quitarem os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação constante do subitem 5.1.4.2.3.;

14.1.1. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:

- I– dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados ao Município;
- II– dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigente entre o Município e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;
- III– ou execução da garantia contratual, para ressarcimento do Município dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

14.1.2. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.1., a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da expedição da notificação, recolher o respectivo valor em conta corrente a ser indicada pelo Município

14.1.3. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá ao Município decidir justificadamente sobre a continuidade deste contrato.

14.2.A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem 14.1., não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece a Lei 14.133/21.

14.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

14.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

14.5. A revogação deste contrato poderá ser aplicada juntamente com as demais penalidades previstas na Cláusula Décima Segunda.

### **CLÁUSULA 15 – DISPOSIÇÕES GERAIS**

15.1.A CONTRATADA deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária e pela Lei Anticorrupção.

15.2.O MUNICÍPIO providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma da Lei 14.133/21.

15.3. As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei 14.133/21

15.4. Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei 12.232/2010 e complementarmente as Leis n. 4.680/65 e n. 14133/21, assim como o Decreto n. 57.690/66.

15.5. A omissão ou tolerância do Município em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.

15.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pelo Município na internet.

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

15.7. A responsabilidade imputada à CONTRATADA por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.

15.8. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

15.8.1. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

15.8.2. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo do Município.

15.9. A juízo do Município, as campanhas publicitárias da proposta vencedora da licitação que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída, com ou sem modificações na sua vigência.

### **CLÁUSULA 16 – DO FORO**



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

16.1 Fica eleito o foro da Comarca de Patrocínio - MG como único competente para dirimir as dúvidas ou controvérsias resultantes da interpretação deste contrato, renunciando a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E por estarem assim ajustadas, as partes, assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Patrocínio, \_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

---

MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO/MG  
Gustavo Tambelini Brasileiro

---

CONTRATADA  
Representante Legal

TESTEMUNHAS:

---

NOME:  
CPF:

---

NOME:  
CPF:



## **Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais**

### **ANEXO VI**

### **BRIEFING**

#### **1. INTRODUÇÃO E CONCEITO**

O termo Publicidade Institucional aplicado à gestão pública refere-se a todas as ações de comunicação institucional que são de interesse da população, abrangendo desde a prestação de contas até as diversas iniciativas da Prefeitura Municipal de Patrocínio por meio de suas secretarias. A publicidade institucional tem como principal público os cidadãos, mas também desempenha um papel essencial na comunicação com servidores municipais e colaboradores, garantindo transparência e eficiência na disseminação das informações.

No caso da Prefeitura de Patrocínio, a publicidade institucional tem como objetivo principal informar a sociedade sobre políticas públicas, programas, serviços e obras municipais, promovendo a participação cidadã e fortalecendo a transparência da gestão. Além disso, busca conscientizar a população sobre questões importantes, como educação, saúde, mobilidade urbana e sustentabilidade, utilizando uma linguagem clara e acessível.

A publicidade institucional deve ser estruturada para atingir diferentes segmentos da sociedade, considerando as necessidades dos cidadãos, dos contribuintes e dos usuários diretos dos serviços públicos. Essa abordagem permite a personalização das mensagens de acordo com o perfil do público-alvo, tornando a comunicação mais eficiente e assertiva. Além disso, a era digital trouxe novas possibilidades de interação entre a gestão municipal e a população, tornando essencial a presença ativa da Prefeitura de Patrocínio nas plataformas digitais para o compartilhamento de informações em tempo real.

A Constituição Federal de 1988 estabelece a liberdade de expressão e o direito à informação como direitos fundamentais, garantindo aos cidadãos o acesso às informações sobre a administração pública. Dessa forma, a publicidade institucional da Prefeitura de Patrocínio não apenas cumpre seu papel de prestar contas à população, mas também promove um relacionamento mais estreito entre o poder público e os munícipes, incentivando a participação ativa na construção de uma cidade melhor para todos.

Com base nesse compromisso, a Prefeitura de Patrocínio adota estratégias de comunicação que vão além da mera divulgação de informações, mas que também fomentam o engajamento e o senso de pertencimento da população. A transparência e a interação com os cidadãos são elementos centrais para o fortalecimento da confiança na gestão municipal e para a construção de um futuro mais inclusivo e participativo para todos os moradores de Patrocínio.

#### **2. PATROCÍNIO: O CORAÇÃO DO CERRADO E DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO**



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

### **Patrocínio: Uma cidade em Crescimento e Desenvolvimento**

Patrocínio, localizada no coração de Minas Gerais, é uma cidade em pleno crescimento e desenvolvimento, destacando-se como um dos mais importantes polos do agronegócio brasileiro. Com uma população de aproximadamente 100 mil habitantes e uma área territorial de 2.874 km², a cidade combina modernidade e tradição, oferecendo qualidade de vida, segurança e um ambiente propício para negócios e investimentos. Sua localização estratégica, com acesso a importantes rodovias como BR-365, BR-462, MG-230 e MG-188, além de uma linha férrea e aeroporto municipal, conecta Patrocínio aos maiores centros econômicos do Brasil, tornando-a um ponto estratégico para o escoamento de produtos e movimentação de negócios.

### **A Força Econômica de Patrocínio: A Capital Mundial do Café**

Patrocínio é amplamente reconhecida como a **Capital Mundial do Café**, destacando-se no cenário nacional e internacional como maior produtor de café arábica. Em 2023, a cidade produziu impressionantes 105.109 toneladas de café, representando 3,1% da produção nacional e gerando um faturamento de R\$ 1,46 bilhão. Essa forte produção coloca Patrocínio como o maior produtor e exportador de café do Brasil, refletindo sua relevância no setor cafeeiro.

Além do café, o Município é um dos maiores produtores de leite do país, ocupando o 4º lugar no Brasil, e se destaca na produção de suínos, bovinos e diversas culturas agrícolas como milho, sorgo, cebola, feijão e trigo. A diversidade econômica é uma das grandes forças de Patrocínio, que também possui uma das maiores jazidas de fosfato da região, o que impulsiona a expansão industrial da cidade.

### **FENACAFÉ: a celebração da Tradição Cafeeira**

A **Festa Nacional do Café (FENACAFÉ)** é um dos maiores eventos culturais de Patrocínio e uma verdadeira vitrine da tradição cafeeira da cidade. Em 2023, a festa foi reconhecida oficialmente como patrimônio cultural de Minas Gerais, aumentando ainda mais sua importância para o estado. Com uma programação de atrações de renome nacional e recordes de público a cada ano, a FENACAFÉ é um dos maiores eventos do interior de Minas Gerais, recebendo em 2025 um público de 140 mil pessoas.

A FENACAFÉ não só celebra a cultura cafeeira, mas também promove Patrocínio como um destino turístico e cultural, fortalecendo sua identidade e posicionando a cidade como um polo de atração para visitantes de diferentes regiões.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

### Rota Turística do Café do Cerrado Mineiro

A Rota do Café do Cerrado Mineiro está estruturada na cidade de **Patrocínio**. Localizada em uma região que é referência na produção de **cafés especiais** com inovação e práticas sustentáveis, a rota proporciona uma imersão intensa no mundo dos cafés de origem e de alta qualidade. O turista pode ter experiências enriquecedoras ao conhecer, além das plantações e os processos de cultivo dos grãos, e a história do café, das fazendas e dos produtores, mas também, participar de experiências gastronômicas harmonizadas com a bebida, com traços da cultura e mineiridade reconhecidas internacionalmente. De pequenas a grandes fazendas, pelas torrefações e cafeterias, ou nos almoços e jantares harmonizados, nessa **viagem memorável pelos aromas e sabores do Cerrado**, serão três dias explorando o que há de café em Patrocínio, incluindo:

- Tour na Porto Feliz;
- Visita Guiada às Fazendas Tramonto e Rainha da Paz;
- Tour Café & Natureza AgroBeloni;
- Almoço com Menu Rota do Café - Recanto;
- Degustação de Café Dulcerrado;
- Jantar na Adega Traíras;
- Tour e Cupping Café na Nunes Coffee;
- Tour Café Alado Coffee.
- Festival da Colheita do Café

### Festival de Cultura e Cozinha Mineira do Cerrado

O festival traz riqueza cultural e gastronômica da Região do Cerrado Mineiro. Em 2025, mais de 30 mil pessoas estiveram ao longo do 8ª Edição do Festival de Cultura e Cozinha Mineira do Cerrado, o mais importante festival de arte, cultura e gastronomia da região, evento com entrada gratuita, realizado no Espaço Cultural de Patrocínio. O público que visita o festival tem a oportunidade de encontrar em um só lugar: espaço gourmet com bares e restaurantes, Oficinas Gastronômicas; Degustação de Vinhos e Cervejas Artesanais; Shows de dança, teatro e música com artistas locais e nacionais. Tudo pensado para que o público desfrute da melhor maneira essa experiência incrível!

### Infraestrutura de Qualidade e Qualidade de Vida

Patrocínio é uma cidade com uma infraestrutura de alta qualidade, com destaque para os serviços de saúde, educação e segurança. A cidade conta com mais de 200 estabelecimentos de saúde, incluindo hospitais renomados como a Santa Casa de



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

Patrocínio e o Hospital do Câncer Dr. José Figueiredo, que está em expansão para se tornar um braço do Hospital de Amor de Barretos/SP.

Na educação, a cidade conta com 41 instituições de ensino infantil, 41 escolas de ensino fundamental, 19 de ensino médio e instituições de ensino superior, como o **Centro Universitário do Cerrado (UNICERP)** e o **Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM)**.

### Oportunidades de Investimento e Desenvolvimento Sustentável

Patrocínio é uma cidade com inúmeras oportunidades de **investimentos e desenvolvimento econômico**, devido à sua localização estratégica, infraestrutura de qualidade e forte presença no agronegócio e setor industrial. O Município se posiciona como um destino atrativo para investidores de diversos setores, com destaque para o agronegócio, a indústria e o turismo.

A cidade também se compromete com o **desenvolvimento sustentável**, buscando equilibrar crescimento econômico com a preservação ambiental. Além disso, Patrocínio oferece um ambiente favorável ao desenvolvimento de novos negócios, sendo uma cidade com grande potencial para o crescimento de novas iniciativas e investimentos.

### 3. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O desafio central da comunicação institucional de Patrocínio é fortalecer sua identidade como um polo econômico e turístico, com foco na promoção de suas atividades econômicas, sua cultura cafeeira e seu papel como centro estratégico de desenvolvimento no interior de Minas Gerais.

#### Problema de Comunicação:

Embora Patrocínio seja amplamente reconhecida pela sua produção de café e por eventos como a FENACAFÉ, a cidade ainda não conseguiu explorar completamente seu potencial como destino turístico e centro de desenvolvimento econômico. A comunicação precisa ir além da imagem da cidade como produtora de café, destacando suas qualidades em termos de qualidade de vida, oportunidades de investimento e infraestrutura moderna.

#### Objetivos de Comunicação:

1. **Reforçar a Marca Patrocínio:** Criar e fortalecer a marca Patrocínio como a **Capital Mundial do Café** e um centro estratégico de negócios e turismo.
2. **Destacar o Turismo e Cultura Local:** Transformar Patrocínio em referência turística regional, valorizando a **Fenacafé**, a **Rota do Café**, o **Festival de Cultura e Cozinha Mineira do Cerrado**, os pontos turísticos e as riquezas naturais do Município.



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

Expandir investimentos no **ecoturismo**, no patrimônio cultural e na gastronomia local, impulsionando a economia e gerando empregos.

3. **Atrair Investimentos:** Comunicar as oportunidades de investimento em setores como agronegócio, indústria e turismo, destacando a infraestrutura e o ambiente favorável ao desenvolvimento.
4. **Promover a Qualidade de Vida e Sustentabilidade:** Destacar os atributos de Patrocínio como um lugar seguro e moderno, com boa qualidade de vida, destacando seus avanços em infraestrutura e sustentabilidade.

### 4. PROJETO DE DIVULGAÇÃO - CAPITAL MUNDIAL DO CAFÉ COMO POLO TURÍSTICO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

#### Elementos do Projeto:

1. **Campanha Publicitária Integrada:** Desenvolvimento de uma campanha publicitária que combine diversos meios de comunicação, como mídia digital, impressa, rádio e TV, com o objetivo de consolidar a marca Patrocínio como um polo turístico e econômico. A campanha deve destacar a tradição cafeeira, as oportunidades de negócios, a infraestrutura e a qualidade de vida.
2. **Ações de Mídia Digital e Redes Sociais:** Criar conteúdos visuais e audiovisuais para as redes sociais, com vídeos, infográficos e fotos de alta qualidade, mostrando o melhor de Patrocínio. Criar uma estratégia digital para divulgar a cidade, destacando as qualidades e atraindo turistas e investidores.
3. **Promoção de Eventos:** Organizar e promover eventos dentro e fora da cidade, com foco na FENACAFÉ e em outras atrações culturais, gastronômicas e empresariais. Parcerias com influenciadores e jornalistas especializados serão fundamentais para ampliar o alcance da cidade.
4. **Criação de Material de Apoio:** Produção de materiais gráficos, como folders, cartazes e um vídeo institucional, que devem ser distribuídos em feiras e eventos nacionais e internacionais.
5. **Verba Disponível:** A verba destinada para a execução deste projeto é de R\$ 500.000,00. Esse orçamento será distribuído entre as ações de mídia, produção de conteúdo e eventos, priorizando as plataformas digitais e a criação de materiais promocionais.

### 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Este projeto representa uma oportunidade única para a cidade de Patrocínio consolidar sua imagem e aumentar sua visibilidade, promovendo-a como um centro de desenvolvimento econômico e turístico. A agência vencedora da licitação será desafiada a criar uma



## Prefeitura Municipal de Patrocínio Estado de Minas Gerais

campanha criativa, inovadora e impactante, que não só destaque os pontos fortes da cidade, mas também apresente soluções estratégicas e eficazes para o alcance do público-alvo.

**Exigência de Criatividade e Inovação:** A agência contratada deve apresentar soluções que combinem criatividade e inovação, utilizando ferramentas e tecnologias modernas para ampliar a visibilidade de Patrocínio. Espera-se que as propostas apresentem ideias frescas e de alto impacto, que realmente posicionem Patrocínio como um polo turístico e de negócios no cenário nacional e internacional.

Patrocínio 09 de julho de 2025.

Ana Maria Marra Prado  
Secretária Municipal de Comunicação