

TERMO DE REFERÊNCIA

1. DEFINIÇÃO DO OBJETO:

1.1. Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um 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 difundir ideias ou informar o público em geral, interno (endomarketing) e externo.

1.2. Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes 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; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, redes sociais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação, para atender as necessidades das diversas secretarias do Município de Porto Murtinho-MS.

1.2.1. Trata-se de prestação de serviço técnico especializado, de cunho intelectual na recepção da demanda, por meio de um briefing (situação problema) que irá estabelecer em proposta de atendimento, por meio de uma concepção de resolução a situação problema e apresentando uma estimativa dos custos de criação e produção. Em conformidade com o contido na Lei n.º 12.232/2010.

1.2.2. Todo rito no atendimento e prestação de serviço, estão contidos na Lei n.º 4.680/1965, Decreto n.º 57.690/1966 e Lei n.º 12.232/2010, sendo contemplado ainda a tabela de valores referenciais do Sindicato das Agências de Propagandas de MS - SINAPRO MS, referência 2025.

1.3. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo, conforme Decreto n.º 10.818, de 27 de setembro de 2021.

1.3.1. Os serviços objeto desta contratação são caracterizados como comuns, conforme elementos constantes no Estudo Técnico Preliminar.

1.4. VIGÊNCIA DO CONTRATO:

1.4.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses contados da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado de acordo com o art. 107 Lei n.º 14.133, de 2021.

1.4.2. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

1.4.3. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

1.5. DO LOCAL E CONDIÇÕES DE ENTREGA:

1.5.1. Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme condições estabelecidas no item 5 deste instrumento.

1.6. DA GARANTIA:

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

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO:

2.1. A contratação dos serviços elencados justifica-se pela necessidade de atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, bem como disseminar iniciativas e políticas públicas.

2.2. Realizar campanhas institucionais junto de promoção dos projetos e ações municipais e a população em geral promove sensibilização e informação das ações do município.

2.3. É necessário que o município de Porto Murtinho-MS faça divulgação de suas ações e chegue ao público-alvo, seja pessoa jurídica ou física interessadas e a população em geral, especialmente os residentes no município.

2.4. Tal divulgação se faz necessário a contratação de serviços de publicidade a ser prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo um conjunto de atividades necessárias, de cunho técnico e de natureza especializada, quais sejam:

a) 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 e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover de forma institucional os serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar ao jurisdicionados e ao público em geral.

b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;

c) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

d) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.5. Outrossim, é necessário atender o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que estabelece a obrigação na escolha da modalidade de licitação, devendo definir a modalidade estabelecida no art. 29º da Lei nº 14.133/2021, e ainda, obrigatoriamente ser definida o tipo de licitação de "melhor técnica" ou "técnica e preço". No caso em tela, será adotada a modalidade Concorrência Pública do tipo "técnica e preço".

2.6. Deverá, ainda, atender os requisitos da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 14.133/2021 na elaboração do edital de licitação e suas exigências.

2.7. No editai de licitação de publicidade deverão ser incluídas todas as informações do procedimento da seleção, pois não há o termo de referência anexado, o conteúdo estará inserido no Edital do certame, onde constará, o Edital, o Briefing e declarações anexas, sendo

balizado os valores pela Tabela de Preço do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO-MS).

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO:

3.1. A solução pretendida para atender às demandas de publicidade da Administração consiste na contratação de uma agência especializada, que será responsável por desenvolver e implementar estratégias de comunicação eficazes, visando a maximização

do impacto das campanhas. Além disso, a solução engloba a gestão completa do ciclo publicitário, desde o planejamento até a análise de resultados, assegurando uma abordagem abrangente e integrada. No que se refere à manutenção e ao suporte técnico, a proposta contempla cláusulas contratuais específicas que estabelecem a responsabilidade da agência em garantir a operacionalidade contínua das soluções publicitárias, bem como a prestação de suporte ágil e eficiente, assegurando a otimização contínua do desempenho das campanhas. Tais medidas visam garantir a sustentabilidade e eficácia da parceria a longo prazo entre a Administração e a contratada, alinhando-se às melhores práticas do setor e aos interesses da Administração Pública Municipal.

3.2. Nesse contexto, a solução proposta engloba não apenas a fase de planejamento e execução, mas também estabelece bases para um relacionamento eficaz, com foco na manutenção da qualidade e da eficiência das estratégias publicitárias e na garantia de suporte técnico especializado, quando necessário.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO:

4.1. A concorrência será realizada para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

4.2. Também estão integrados à contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

4.2.1. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;

4.2.2. à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

4.2.3. à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

4.3. A contratação dos serviços tem como foco o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

4.4. O planejamento servirá para subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais

(on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

4.5. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos terão a finalidade de:

4.5.1. gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

4.5.2. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

4.5.3. possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

4.6. Os serviços previstos não poderão abranger as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

4.7. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação, com entrega em espaços publicitários, aí incluídos as instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e divulgação, ou o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação e divulgação.

4.8. O certame de licitação, deverá ser organizado em conformidade com os preceitos da Lei n.º 12.232/2010 no que couber a Lei n.º 14.133/2021, são etapas específicas com entrega de 5 (cinco), envelopes, sendo:

4.8.1. o primeiro não identificado (plano de comunicação);

4.8.2. o segundo (plano de comunicação) identificado, para se fazer em data posterior a identificação da empresa concorrente;

4.8.3. o terceiro capacidade de atendimento da empresa ao objeto a ser contratado;

4.8.4. o quarto envelope a proposta de preço e

4.8.5. o quinto habilitação, apenas para empresas qualificadas/classificadas.

4.9. As empresas participantes deverão estar qualificadas em conformidade com a Lei nº 12.232/2010 em especial ao previsto no § 1º do art. 4º.

4.10. Nos anos que sucederam a promulgação da Lei 12.232/2010, os mecanismos de contratação tiveram inúmeras sugestões dos tribunais e órgãos de fiscalização. Está contemplado na solicitação a monitoramento e checagem de mídia, que é a confirmação da veiculação do objeto contratado, realizado pelo contratante ou por empresa independente, não havendo remuneração de comissão de serviço prestado por terceiro.

4.11. Em havendo o empate entre as empresas participantes, aplica-se o contido na Lei 12.232/2010, que para o desempate a seguinte regra: Se classifica, a participante que obteve melhor nota em estratégia de comunicação, permanecendo o empate, melhor nota em ideia criativa, permanecendo empate raciocínio básico e estratégia de mídia, permanecendo ainda o empate sorteio.

4.12. A contratação trata de criação, compreensão e elaboração de sugestões estratégicas de comunicação com o público-alvo (publicidade), o valor está diretamente relacionado à criação e assessoria na produção, desta forma, tem-se utilizado uma indicação de desconto do valor da tabela.

4.13. Para se chegar à empresa que melhor possa atender o contratante, é encaminhado aos participantes o “briefing” de uma necessidade simulada para administração, podendo inclusive ser utilizada se a empresa vencedora for a mesma. 4.14. O briefing aborda uma necessidade e desafio a ser superado, definindo prazo de veiculação e valor máximo disponível para campanha simulada. A resultante das propostas será avaliada pela subcomissão técnica atribuindo nota peso da parte técnica e posteriormente peso nota aos valores propostos. Em se tratando de técnica e preço, aplica-se a média aritmética para se chegar à classificação final.

4.15. Os atestados técnicos a serem exigidos, no procedimento licitatório, devem guardar compatibilidade com os serviços que serão licitados, carecendo de parâmetros objetivos e amplos, com o intuito de garantir a ampla participação das empresas interessadas, sem restrição à competitividade.

4.16. A contratação em apreço deverá classificar uma participante, cuja proposta obtiver as maiores pontuações na Nota Final, cumprindo os limites mínimos de pontuação, as demais ficarão previamente qualificadas. Em havendo a desclassificação ou rescisão de contrato com a agência classificada ou outra necessidade legal, será convocada na ordem de classificação à próxima agência para assinar o contrato de agência fornecedora.

4.17. Na contratação, a Contratada entregará os Termos de Confidencialidade, Sigilo e

Uso assinados pelos seus profissionais que atuarão no âmbito do Contrato, redigidos em conformidade com o modelo (sugestão) que constitui Anexo___ deste Termo de Referência, contendo o compromisso de observância das normas de segurança, privacidade e proteção de dados e informações.

4.18. REQUISITOS LEGAIS:

- a) Lei nº 12.232/2010; b) Lei nº 14.133/2021, subsidiariamente; c) 3.14.3. Lei nº 4.680/1964; d) Decreto Federal nº 57.690/1966; e) Decreto Federal nº 4.563/2002; f) Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, previsto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO:

5.1. Os serviços contratados serão prestados e executados mediante autorização expressa da CONTRATANTE, sendo o prazo de entrega dos serviços não superior a 15 (quinze) dias, contados da Autorização de Fornecimento/Ordem de Serviço.

5.1.1. Caso não seja possível a entrega na data assinalada, a empresa deverá comunicar as razões respectivas com pelo menos 5 (cinco) dias de antecedência para que qualquer pleito de prorrogação de prazo seja analisado, ressalvadas situações de caso fortuito e força maior.

5.2. Os serviços serão executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamentos necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares de propaganda, necessários ao cumprimento do objeto contratado. Nessa hipótese, a CONTRATADA será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros (fornecedores) e pela integral execução dos serviços que competirem a ela. A CONTRATADA arcará integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes.

5.3. A CONTRATADA executará os serviços previstos no contrato e fará sob a supervisão e orientação órgão de Comunicação da Prefeitura Municipal, que poderá estabelecer fluxo de trabalho que melhor atenda as necessidades da Administração Municipal, bem como

diligenciará para que as produções e veiculações de matérias, imagens, entrevistas não descumpram normas constitucionais e legais, notadamente ao controle da impessoalidade, não promoção pessoal de agentes políticos, servidores públicos e da moralidade administrativa.

5.4. A Assessoria de Comunicação diligenciará junto à Contratada para que os serviços a serem executados, notadamente àqueles que signifiquem a exposição na imprensa de imagens, entrevistas e matérias de pessoas e dos trabalhos desempenhados, sejam realizados sob o caráter precípua de prestação de contas, informação institucional, cultural e educativa e da impessoalidade e não promoção pessoal.

5.5. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, VT, spot, filme, etc...) ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo da Prefeitura Municipal de Porto Murtinho, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO QUE DESCREVE COMO A EXECUÇÃO DO OBJETO SERÁ ACOMPANHADA E FISCALIZADA:

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

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

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

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

6.5. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

6.6. O (s) fiscal (is) do contrato acompanhará(ão) a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.7. Ficam indicadas para a fiscalização contratual Jamilly Rayanne Montania dos Santos, como fiscal titular, e Vanessa Acosta de Oliveira, como fiscal suplente.

7. CRITÉRIO DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO:

7.1. RECEBIMENTO DO OBJETO:

7.1.1. Os serviços solicitados serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da entrega, juntamente com a nota fiscal ou instrumento equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, e deverá estar acompanhada:

- a) Relatório detalhado das atividades executadas;

- b) Comprovação das peças publicitárias produzidas;
- c) Relatórios de veiculação de mídia, quando aplicável;
- d) Comprovação de despesas com serviços de terceiros, quando houver;
- e) Cópia da respectiva autorização ou ordem de serviço autorizada pela Administração.

7.1.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de até 15 (quinze) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.1.3. O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de 30 (trinta) dias, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento equivalente pela Administração, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação mediante termo detalhado.

7.1.4. O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

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

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

7.2. DO PAGAMENTO:

7.2.1. O pagamento será efetuado de acordo com o fornecimento, no prazo de até 30 (trinta) dias mediante apresentação da Nota Fiscal ou documento equivalente, devidamente atestada, juntamente das certidões de regularidade fiscal em plena validade, previstas na Lei 14.133/2021.

7.2.2. A Contratada deverá obrigatoriamente encaminhar os seguintes documentos quando da entrega:

7.2.2.1. Nota Fiscal ou documento equivalente gerada de acordo com o fornecimento das quantidades de serviços entregues e solicitados na Autorização de Fornecimento/Ordem de Serviço;

7.2.2.2. Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e/ou Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

7.2.2.3. Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

7.2.2.4. Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho;

7.2.3. A falta de um dos documentos dispostos na Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações poderá implicar no não recebimento.

7.2.4. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao município de Porto Murtinho-MS para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos veículos, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos pedidos de

inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem e dos comprovantes dos serviços realizados (DVDs, CDs, anúncios, etc).

7.2.5. As notas fiscais deverão ser emitidas pelos respectivos fornecedores (tais como gráficas, veículos ou demais prestadores de serviços), bem como pela Agência, em nome da Contratante. A nota fiscal emitida pela Agência deverá estar acompanhada das notas fiscais dos fornecedores vinculados à execução contratual, contendo, ainda, a descrição detalhada dos serviços prestados, bem como a indicação do número do contrato correspondente.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR:

8.1 Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

8.1.1. A empresa será selecionada por meio da realização de procedimento de CONCORRÊNCIA, com adoção do critério de julgamento TÉCNICA E PREÇO, nos termos da Lei nº 12.232/2010 e subsidiariamente a Lei nº 14.133/2021.

8.1.2. A adoção do critério de julgamento “técnica e preço” justifica-se em razão da natureza predominantemente intelectual dos serviços de publicidade, os quais exigem avaliação qualitativa quanto à criatividade, estratégia, planejamento e capacidade técnica das licitantes, não sendo adequado o julgamento exclusivamente pelo menor preço.

8.2. Da Subcomissão Técnica

8.2.1. A análise e o julgamento das propostas técnicas serão realizados por Subcomissão Técnica, nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

8.2.2. A Subcomissão Técnica será composta por, no mínimo, 3 (três) membros, formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

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

8.2.4. A atuação da Subcomissão Técnica limitar-se-á à análise e pontuação das propostas técnicas, conforme critérios estabelecidos no edital.

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO:

8.3. Da Avaliação Técnica

8.3.1. A composição dos pontos Nota Técnica - NT terá avaliação objetiva do Plano de Comunicação Publicitária, que terá no máximo 70 (setenta) pontos e do Conjunto de Informações que terá no máximo 30 (trinta) pontos, ao final da avaliação pela subcomissão técnica, irá elaborar ata com a classificação das empresas, em conformidade com o Edital e a Lei 12.232/2010. A Nota Técnica irá compor a média ponderada ppuração da classificação das empresas, em consonância com o art. 7, art. 37 e art. 88 da Lei 14.133/2021.

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária (máximo 70 pontos)

QUESITOS	SUBQUESITOS		
1. Plano de Comunicação Publicitária	I.	Raciocínio Básico	10
	II.	Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	III.	Ideia Criativa	25
	IV.	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
Subtotal			70

Quesito 2 - Conjunto de informações (máximo de 30 (trinta) pontos), sendo:

Subquesitos 1 – Capacidade de Atendimento (máximo de 17 pontos):

QUESITOS	SUBQUESITOS		
----------	-------------	--	--

2. Conjunto de Informações	I. Principais Clientes	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 – atende com excelência	a) Porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade
	II. Qualificação técnica equipe/profissionais.	Nota de 0 a 7 pontos	Conforme item 8.3.2.2.2 deste documento.
	III – Estrutura física: instalações, infraestrutura e recursos materiais	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 – atende com excelência	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.
	IV - Sistemática do relacionamento entre o município de Porto Murtinho MS e a CONTRATADA	Nota de 0 a 4, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 a 4 – atende com excelência.	Adequação de sistemática/operacionalidade de proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimentos da empresa)
Subtotal		17 pontos	

Subquesto 2 - Repertório (máximo de 13 de pontos):

QUESITOS	SUBQUESITOS		
2. Conjunto de Informações	II. a) Relatos de cases	Nota de 0 a 09, sendo: 0 – não atende; 1 a 3 atende pouco; 4 a 6 – atende; 7 a 9 – atende com excelência	i.A concatenação lógica da exposição; ii.A evidência de planejamento publicitário; iii.A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; iv.A relevância dos resultados apresentados;
	II. b) Peças Isoladas	Nota de 0 a 4, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 a 4 – atende com excelência.	a) A ideia criativa e sua pertinência; b) A clareza da exposição; c) A qualidade da execução e do acabamento.
	Subtotal	13 pontos	

8.3.2. Na apreciação das Propostas Técnicas, avaliação técnica receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

8.3.2.1. Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 70 (setenta) pontos no total).

I - Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

- Acuidade da compreensão das características, das funções e do papel da Prefeitura Municipal de nos contextos social, político e econômico;
- Adequada compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Porto Murtinho com seus públicos e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- Assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação e objetivos expressos no briefing.

II - Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

- a) Adequação do conceito proposto à natureza da Prefeitura Municipal de Porto Murtinho e ao desafio de comunicação, e a riqueza de desdobramentos positivos que apresenta;
- b) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito proposto;
- c) Adequação, estruturação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
- d) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- e) 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.

III - Ideia criativa - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

- a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação e a exequibilidade das peças e/ou dos materiais.
- b) Seu alinhamento com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) A combinação de seus elementos, a simplicidade sob a qual se apresenta e a compatibilidade da linguagem aos meios e públicos propostos;
- d) Os desdobramentos comunicativos que enseja a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados.
- e) Pertinência às atividades de comunicação da Prefeitura Municipal de Porto Murtinho - MS, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico.

IV. Estratégia de mídia e não mídia - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público, a capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e as conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;

- c) A economicidade da aplicação da verba e a otimização da mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do município de Porto Murtinho- MS.

8.3.2.2. Conjunto de informações (máximo de 30 (trinta) pontos), sendo:

8.3.2.2.1. Subquestitos 1 (máximo 17 (dezesete) pontos):

I - Principais clientes (máximo de 03 (três) pontos), relativos a:

- a) Porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante;
- b) Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade.

II- Qualificação técnica equipe/profissionais (máximo de 07 (sete) pontos);

III- Estrutura física – instalações, infraestrutura e recursos materiais (máximo de 03 (três) pontos, relativo a:

- a) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.

IV- Sistemática do relacionamento entre o Município de Porto Murtinho- MS e a CONTRATADA (máxima de 04 (quatro) pontos), relativo a:

- a) Adequação da sistemática/ operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimento da empresa).

8.3.2.2.2. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante, mencionada no item 8.3.2.2.1 supra, subitem II, será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 7 (sete) pontos, segundo as tabelas abaixo:

Formação acadêmica	Sem formação	Superior Incompleto	Superior completo	Pós-graduação na área
Pontos	0	1	2	3

Experiências				
Profissional na área	1 a 4 anos	5 a 8 anos	9 a 12 anos	12 anos
Pontos	1	2	3	4

8.3.2.2.3 – Subquestos 2 – (máximo 13 (treze) pontos):

I. Relatos de cases, máximo de 09 (nove) pontos, relativos a:

- a) A concatenação lógica da exposição;
- b) A evidência de planejamento publicitário;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) A relevância dos resultados apresentados.

II) Peças isoladas, máximo de 04 (quatro) pontos, relativos a:

- a) A ideia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição;
- c) A qualidade da execução e do acabamento.

8.4. Do Julgamento da Proposta

8.4.1. A remuneração de agência de publicidade possui critérios em legislação vigente e os critérios de redução de valor, com margem de redução aceitáveis e prevista na legislação. São algumas possibilidade de remuneração, na criação de campanha, valores contidos na tabela do SINAPRO/MS, e com base no valor da tabela, o edital estabelecerá as possibilidades do desconto.

8.4.2. Para julgamento da proposta de preço, será estabelecido critério de pontos, onde quanto maior for o desconto, oferecido pela empresa participante, maior sua pontuação. A classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, conforme previsto no §1º do art. 36 da Lei nº 14.133/2021, em obediência ao inciso IX, do § 4º, do artigo 11, da Lei 12.232/10, considerando um máximo de 100 (cem) pontos e será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

A) Desconto sobre os custos internos e na tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.

Percentual de desconto	Critério	Pontuação aferida
0 a 10 %	Zero ponto	00
11 a 30 %	1% de desconto = 1 ponto	30
31 a 40 %	1% de desconto = 1,5 pontos	60
Sub total		60

B) Honorários por serviços de terceiros – até 20 pontos (Normas Padrão)

B.1.) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores, com limite máximo de 15% (quinze por cento).

Percentual de taxa cobrança	Critério	Pontuação aferida
15 %	5 pontos	
14 %	10 Pontos	
13 %	12 pontos	
12 %	15 pontos	
11 %	18 pontos	
10 %	20 pontos	Até 20
subtotal		20

C) Honorários de Serviços de Terceiros – até 20 pontos (Novas Tecnologias)

C.1) Percentual de honorários de até 10 % incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11).

Percentual de taxa cobrança	Critério	
-----------------------------	----------	--

		Pontuação aferida
10 %	5 pontos	
9 %	10 pontos	
8 %	12 pontos	
7 %	15 pontos	
6 %	18 pontos	
5 %	20 pontos	Até 20
Subtotal		20
Total de Pontos		100

8.4.2.1. Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados à Agência vencedora mediante o “desconto padrão” de 20% de acordo com o Parágrafo Único do art. 11, da Lei nº 4.680/65 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

8.4.3. A Nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o subitem 8.4.5.

8.4.4. Serão desclassificadas as propostas que:

I - Não atenderem as disposições contidas no edital;

II - Ou apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

III - Que tenha percentual de desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, superior a 50% sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, referentes a peça e ou material da Lei nº 4.680/1965:

IV – Que tenha percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) ou superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção, nos termos da Lei nº 4.680, de 1965;

V) percentual de honorários superior a 5%(cinco por cento) incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11).

8.4.5. O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito mediante aplicação da seguinte fórmula, para obter a classificação final.

$$NF = (NPT*7+NP*3)$$

_____, onde:

10

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços.

8.5. DA HABILITAÇÃO:

8.5.1. Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços apresentarão os documentos relativos à habilitação, consistentes em:

8.5.2. DA HABILITAÇÃO JURÍDICA:

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual; ou
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedade comercial e no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores; ou
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova de eleição da diretoria em exercício; ou ainda

d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

8.5.3. DA REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ);

b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal, relativa sede da licitante.

b.1) A comprovação do cadastro do contribuinte municipal poderá ser feita por meio do Alvará do exercício vigente.

c) Certidão de regularidade de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, na forma da Lei;

e) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal (ISSQN), emitido pelo órgão competente, da localidade de domicílio ou sede da empresa proponente na forma da Lei. Certidão Negativa ou Positiva (com efeito suspensivo) de Débitos Gerais, o município que não prover da certidão de débitos gerais, o licitante deverá apresentar certidão negativa de débitos imobiliários e mobiliário;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

8.5.4. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

a) Atestado(s) de Capacidade Técnica da licitante, emitido(s) por entidade da Administração Federal, Estadual ou Municipal, direta ou indireta e/ou empresa privada que comprove, de maneira satisfatória, a aptidão para desempenho de atividades pertinentes ao

objeto a ser licitado.

a1) No caso de atestados emitidos por empresa de iniciativa privada, não serão considerados aqueles emitidos por empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente.

a2) Serão consideradas como pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente, empresas controladas ou controladoras da empresa proponente ou que tenham pelo menos uma mesma pessoa física ou jurídica que seja sócio da empresa proponente.

b) Declaração de que não será repassado ao município de Porto Murtinho do Sul - MS, o pagamento de tributos e outros encargos;

c) Declaração de que os pagamentos (efetuados) pelo município de Porto Murtinho do Sul - MS dos serviços de produção, da própria agência, dos fornecedores e dos veículos, serão realizados após a entrega dos serviços e/ou término da veiculação a partir da entrega dos comprovantes de veiculação e/ou protocolo de entrega dos serviços emitidos pelas Gerências do município, que solicitaram os serviços, sempre condicionado às exigências estabelecidas no neste Termo;

d) Declaração de que a Agência se compromete a reverter à Contratante parcela do "Desconto de Agência" a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 4.4 as Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

8.5.5. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

a.1) tratando-se de empresas constituídas há menos de 02 (dois) anos, os documentos solicitados no na alínea anterior limitar-se-ão ao último exercício.

a.2) tratando-se de empresas constituídas há mais de 01 (um) ano, deverão comprovar tal situação, mediante apresentação obrigatória: Termo de Abertura, Balanço, Demonstração de Resultado de Exercício (DRE) e Termo de Encerramento, sob pena de desclassificação na ausência de qualquer um destes.

a.3) tratando-se de empresas obrigadas e/ou optantes por Escrituração Contábil Digital – ECD, consoante disposições contidas no Decreto nº 6.022/2007, com última regulamentação através da Instrução Normativa RFB nº 1.420/2013 e alterações posteriores, poderão apresentar documentos extraídos do SISTEMA PÚBLICO DE ESCRITURAÇÃO DIGITAL – SPED, ou ainda, através do site da Junta Comercial, relativa ao domicílio ou sede da licitante, na seguinte forma:

I - Recibo de Entrega de Livro Digital;

II - Termos de Abertura e Encerramento do Livro Diário Digital;

III - Balanço e Demonstração do Resultado do Exercício (DRE);

IV - Requerimento de Autenticação de Livro Digital;

V - Termo de Autenticação da Junta Comercial, quando exigível.

a.4) No caso de empresa constituída no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da sociedade;

a.5) É admissível o balanço intermediário, se decorrer de lei ou contrato social/estatuto social.

a.6) Comprovação da boa situação financeira da licitante, que deverá ser apresentada em documento anexo ao balanço patrimonial, utilizando os seguintes índices:

I) Índices de Liquidez Geral (LG)

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

II) Índice de Solvência Geral (SG)

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

III) Índice de Liquidez Corrente (LC)

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

a.7) Estará habilitada a empresa que apresentar resultado igual ou maior a 1,00 (um vírgula zero) nos índices acima. O cálculo dos índices deverá ser apresentado em documento anexo, calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

c) Certidão Negativa de Falência ou Concordata expedida pelo Cartório Distribuidor, observado o prazo estipulado no subitem 8.5.7. deste TR

8.5.6. OUTRAS DECLARAÇÕES:

a) Declaração de Menor, mediante documento firmado pelo representante legal da licitante, sob as penas da lei, de que não possui em seu quadro de funcionários, empregados menores de 18 (dezoito) anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menores de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos (cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal).

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

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

d) Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos para Licitar e Contratar.

e) Declaração da empresa informando que seus sócios, proprietários, dirigentes ou assemelhados não possuem qualquer vínculo com o município de Porto Murtinho – MS;

8.5.7. Os documentos solicitados deverão estar dentro do prazo de validade neles previsto. Caso não haja menção expressa, será considerado o prazo de até 90 (noventa) dias, contados da data de sua emissão, à exceção dos atestados de capacidade técnica, que não serão objeto de aferição quanto a esse aspecto.

8.5.8. Toda a documentação apresentada pela licitante, para fins de habilitação, deverá pertencer à empresa que efetivamente fornecerá os objetos ofertados, ou seja, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ deverá ser o mesmo em todos os documentos, exceto se, comprovadamente, demonstrar que o recolhimento de contribuições (INSS e FGTS) e/ou balanço é centralizado.

8.5.9. Serão consideradas inabilitadas automaticamente as participantes que não apresentarem a documentação solicitada ou apresentarem-na com vícios ou defeitos que impossibilitem seu entendimento ou não atendam satisfatoriamente as condições deste Termo de Referência.

8.5.10. Havendo consórcio de empresas, a habilitação técnica será feita por meio do somatório dos quantitativos de cada consorciado e, para efeito de habilitação econômico-financeira, quando exigida, será observado o somatório dos valores de cada consorciado.

8.5.11. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a comissão de contratação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação e os encaminhará para homologação do resultado do julgamento e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

8.6. Da Participação de Empresas em Consórcio

8.6.1. Não será permitida a participação de empresas em consórcio, por restar demonstrado com base no objeto desta demanda, que não há necessidade que empresas de objetos diferentes reúnam-se em consórcio para junção de qualificações distintas destinadas a um mesmo fim, objeto deste edital, a operação deste Município requer uma empresa com condições de fornecer os produtos, sendo que todos os serviços essenciais inerentes a este objeto coexistem dentro de uma mesma estrutura empresarial especializada no fornecimento de tais produtos.

8.6.2. Essa decisão é resultante de um processo de avaliação da realidade do mercado em razão do objeto a ser licitado e a ponderação dos riscos inerentes à atuação de uma pluralidade de sujeitos associados para execução do objeto visando o atendimento ao interesse público do órgão.

8.6.3. Diante do exposto e considerando que existem diversos fornecedores com capacidade de entregar o objeto em apreço, e ainda por não ser característico da atividade econômica da prestação dos serviços em junção de consórcio, o Município de Porto Murtinho decidiu por não permitir a participação de consórcio. Fato esse que, por si só, não configura restrição à competitividade.

9. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO:

9.1. A presente contratação não admite a definição prévia de quantitativos fixos de serviços, em razão da natureza variável e sob demanda das ações de comunicação institucional.

9.2. O valor global estimado da contratação é de R\$ 630.000,00 (seiscentos e trinta mil reais), para o período inicial de 12 (doze) meses, constituindo teto máximo de execução das ações de publicidade institucional, sem obrigação de consumo integral.

9.3. Para fundamentação da estimativa, foram considerados: (i) os valores documentais do contrato inicial e dos aditivos do Processo nº 122/2021, separados por entidade e ciclo anual; e (ii) os dados de empenho, anulação, pagamento, restos pagos e saldo a pagar constantes da planilha Resumo Vértice, fornecida pela Secretaria Municipal de Finanças, também separados por entidade.

9.4. O histórico completo consta no Estudo Técnico Preliminar, em tabelas próprias: uma destinada ao contrato inicial e aos aditivos por entidade e ciclo, outra destinada à reprodução ordenada dos dados financeiros da planilha, e outra à conciliação entre valor documental e valor efetivamente pago/gasto.

9.5. A distribuição orçamentária prevista para 2026 observará as dotações específicas de cada entidade/organograma, devendo a Secretaria Municipal de Governo e a Secretaria Municipal de Finanças confirmar os saldos e a adequada vinculação da despesa antes da emissão dos empenhos, com posterior análise jurídica quanto à regularidade do procedimento.

9.6. As inconsistências eventualmente identificadas na comparação entre datas da planilha financeira, datas dos aditivos e ciclos de 12 (doze) meses foram tratadas em relatório apartado, para não descaracterizar a apresentação fidedigna dos dados no presente processo.

10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

10.1. As despesas decorrentes da contratação correrão à conta das dotações orçamentárias abaixo discriminadas, conforme a separação definida para o exercício de 2026:

ENTIDADE / ORGANOGRAMA	CLASSIFICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA COMPLETA	FONTE DE RECURSOS	VALOR ESTIMADO
Prefeitura Municipal - Administração Direta	Órgão/Unidade: 04.000 - GABINETE DO PREFEITO / 04.001 - GABINETE DO PREFEITO Programa e Função/Subfunção: 7 - APRIMORAMENTO DE GESTÃO / 04.122 - ADMINISTRAÇÃO / ADMINISTRAÇÃO GERAL Projeto/Atividade: 2.151 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DO GABINETE DO PREFEITO Código reduzido: 12 Natureza: 3.3.90.39.88.00.00.00.00 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA Órgão/Unidade: 08.000 - SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO / 08.001 - SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO Programa e Função/Subfunção: 8 - PLANEJAMENTO GOVERNAMENTAL, APRENDIZADO ESTRATÉGICO E ORGANIZACIONAL / 04.122 - ADMINISTRAÇÃO / ADMINISTRAÇÃO GERAL Projeto/Atividade: 2.153 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA SECRETARIA DE GOVERNO Código reduzido: 28 Natureza: 3.3.90.39.88.00.00.00.00 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA Órgão/Unidade: 14.000 - SEC. MUN. DE TURISMO, CULTURA E DES. ECONÔMICO / 14.001 - SEC. MUN. DE TURISMO, CULTURA E DES. ECONÔMICO Programa e Função/Subfunção: 10 - TURISMO PARA UM FUTURO MELHOR / 04.122 - ADMINISTRAÇÃO / ADMINISTRAÇÃO GERAL Projeto/Atividade: 2.165 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA SECRETARIA DE CULTURA, TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO Código reduzido: 107 Natureza: 3.3.90.39.88.00.00.00.00 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA Órgão/Unidade: 11.000 - SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO / 11.001 - SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO Programa e Função/Subfunção: 16 - GARANTIA DE EDUCAÇÃO DE QUALIDADE / 12.361 - EDUCAÇÃO / ENSINO FUNDAMENTAL Projeto/Atividade: 2.197 - GESTÃO DA EDUCAÇÃO MUNICIPAL Código reduzido: 65 Natureza: 3.3.90.39.88.00.00.00.00 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	1.500.0000 - RECURSOS NÃO VINCULADOS DE IMPOSTOS	R\$441.940,30

ENTIDADE / ORGANOGRAMA	CLASSIFICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA COMPLETA	FONTE DE RECURSOS	VALOR ESTIMADO
	SAÚDE / ADMINISTRAÇÃO GERAL Projeto/Atividade: 2.137 - MANUTENÇÃO E OPERACIONALIZAÇÃO DA SAÚDE MUNICIPAL Código reduzido: 10 Natureza: 3.3.90.39.88.00.00.00.00 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA		
FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL DE PORTO MURTINHO	Órgão/Unidade: 13.000 - SEC. MUN. DE ASSIST. SOCIAL, TRABALHO E CIDADANIA / 13.002 - FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL Programa e Função/Subfunção: 3 - DESENVOLVIMENTO SOCIAL E PROTEÇÃO PARA QUEM PRECISAR / 08.122 - ASSISTÊNCIA SOCIAL / ADMINISTRAÇÃO GERAL Projeto/Atividade: 2.122 - GESTÃO ADMINISTRATIVA DO FMAS Código reduzido: 16 Natureza: 3.3.90.39.88.00.00.00.00 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	1.500.0000 - RECURSOS NÃO VINCULADOS DE IMPOSTOS	R\$ 62.500,00
VALOR TOTAL ESTIMADO			R\$ 630.000,00

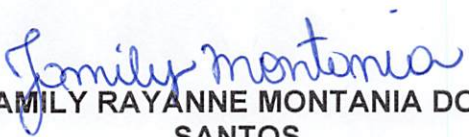
10.2. Antes da emissão dos empenhos, deverão ser confirmados os saldos atualizados e formalizados os bloqueios ou reservas orçamentárias correspondentes. A execução observará a finalidade de cada fonte de recursos, especialmente quanto às parcelas vinculadas à Educação e à Saúde.

11. OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES:

11.1. Os casos omissos serão resolvidos pela Administração, com base na legislação vigente e nos princípios que regem a Administração Pública.

11.2. A participação no certame implica plena ciência e aceitação das condições estabelecidas neste Termo de Referência.

Porto Murtinho-MS, 25 de junho de 2026.

ELABORADO POR	APROVADO POR
 JAMILLY RAYANNE MONTANIA DOS SANTOS Servidora responsável pela elaboração Chefe de Divisão de Acompanhamento do Poder Legislativo	 ANDREARA DREBRES NANTES CASTRO Ordenadora de Despesa Secretária Municipal de Governo Decreto nº 17.023/2026