



TERMO DE REFERÊNCIA

Nº do Processo: 0500.010331.2026

1. OBJETO

O presente Termo de Referência se destina a compor o processo licitatório para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município de Delmiro Gouveia-AL, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

- 1.1. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- 1.2. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.
- 1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Delmiro Gouveia-AL, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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



2. DA JUSTIFICATIVA

A Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Delmiro Gouveia-AL, tem por finalidade de promover nas áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Governo municipal e dos seus órgãos, disseminar informações de interesse público, coordenar a e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

O Governo municipal tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade do município, no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo projetos de governo e políticas públicas que tem a população de Delmiro Gouveia-AL como sua prioridade máxima.

As ações do Município têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam ir surgindo ao longo da gestão. Esses eixos estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

I – Enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população e continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais para todos;

II – Cuidar bem do dinheiro público e modernização da gestão pública que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;

III – Promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais,



culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades da população.

IV – Ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens no território do município e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

Entende-se, assim que o jeito correto de governar também exige uma forma correta de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os moradores do município conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão do Governo Municipal, mas também ouvir permanentemente os anseios da população.

A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos presenciais, o crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

Observa-se, portanto, que a comunicação governamental visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.



3. DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO.

A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.

Serão aplicadas, complementarmente à lei n. 12.232/2010, também a Lei Federal n. 14.133/2021, a Lei 4.680/65 e seu Decreto regulamentador n. 57.690/66 e o Decreto Federal n. 4563/2002.

O procedimento licitatório se dará, excepcionalmente, na forma presencial, com a apresentação das propostas técnica, de preço e dos documentos de habilitação de forma física, levando em consideração que a manutenção da forma presencial, com apresentação das propostas técnica, de preço e documentos de habilitação justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, na forma do disposto no artigo 6º, inciso IV da Lei Federal n. 12.232/2010.

A Lei nº 12.232/2010 constitui norma especial (lex specialis), editada especificamente para disciplinar as licitações e contratações de serviços de publicidade, prevalecendo sobre a disciplina geral do artigo



17, § 2º, da Lei nº 14.133/2021 nos pontos em que se revele incompatível com a especificidade do procedimento nela previsto, notadamente quanto à sistemática de recebimento e processamento das propostas em invólucros padronizados e lacrados, disciplinada pelo artigo 11 e seus parágrafos, arquitetura procedimental que pressupõe, por sua própria concepção, a entrega física dos documentos à comissão julgadora. Com efeito, os §§ 2º e 3º do artigo 11 vedam que os invólucros com a via não identificada apresentem qualquer marca, sinal, etiqueta ou elemento capaz de identificar a licitante, proibindo inclusive que a própria comissão lance código, sinal ou marca nesses invólucros — garantia de anonimato substancialmente mais rigorosa do que o sigilo de preços observado nos pregões eletrônicos comuns, pois a identidade da proponente deve permanecer oculta não apenas dos demais concorrentes, mas também da própria Subcomissão Técnica, durante toda a fase de julgamento técnico, sob pena de nulidade do certame.

A utilização de meio eletrônico para o processamento da via não identificada exigiria mecanismos técnicos aptos a assegurar, com grau de certeza equivalente ao do invólucro físico lacrado, a completa ausência de metadados, marcas d'água, propriedades de documento, registros de autoria, endereços de rede (IP) ou carimbos de tempo capazes de vincular o arquivo digital à licitante, bem como a impedir o acesso antecipado de qualquer integrante da comissão ou da Subcomissão Técnica ao conteúdo identificado antes da conclusão do julgamento técnico. A Prefeitura Municipal de Delmiro Gouveia-AL não dispõe, em sua estrutura administrativa e de tecnologia da informação, de equipe especializada em segurança da informação e forense digital, tampouco de sistema eletrônico de licitações — próprio ou de terceiros, incluindo o Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e as plataformas privadas de pregão eletrônico — com funcionalidade específica e certificada para o processamento de propostas sob o sigilo qualificado (double-blind) exigido pela Lei nº 12.232/2010, o que distingue essa exigência do mero sigilo temporal de preços praticado em pregões eletrônicos. Eventual falha na preservação do anonimato comprometeria a integridade de todo o julgamento técnico, com potencial de acarretar a nulidade do certame, dano ao erário e responsabilização dos agentes públicos envolvidos, riscos que a forma presencial, mediante invólucros lacrados fisicamente inspecionáveis por todos os presentes, mitiga de forma efetiva. Em contrapartida, a



sessão pública será integralmente gravada em áudio e vídeo e registrada em ata, nos termos do artigo 17, §§ 2º e 5º, da Lei nº 14.133/2021, assegurando amplo controle social e fiscalização posterior pelos órgãos de controle.

Adotar-se-á a modalidade “concorrência” no processo licitatório, à vista das disposições do artigo 6º., inciso XXXVIII da Lei 14.133/21 e o critério de julgamento de “técnica e preço”, à vista de serem os serviços de publicidade reconhecidos como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, motivo porque esse critério de julgamento foi escolhido, atendendo as disposições do artigo 36, parágrafo 1º., inciso I da Lei supra citada.

Sendo os serviços publicitários institucionais reconhecidos como de natureza contínua, o contrato a ser firmado entre a Prefeitura Municipal de Delmiro Gouveia-AL e a licitante que for vencedora do certame poderá ser prorrogado nos termos do artigo 107 da Lei 14.133/21, desde que a prorrogação venha a ser prevista no edital licitatório e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 4.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e não mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	



Relatos de Soluções de problemas de comunicação	

- 4.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

- 4.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m² branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

- 4.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, 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.



- 4.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.
- 4.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:
- 4.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Delmiro Gouveia-AL, para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;
- 4.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:
- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
 - b) 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.
- 4.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:
- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas,



com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.6.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$ 350.000,00 (Trezentos e Cinquenta mil reais)**.

4.6.5. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;



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

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá



constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

III – estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

4.8. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 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 licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.8.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

4.8.3. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

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

b) a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;



- d) a sistemática de atendimento e discriminará 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;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

- 4.9. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 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 licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 4.10. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.2.
- 4.11. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
- 4.12. O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.
- 4.13. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 4.14. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2020.
- 4.15. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
- 4.16. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição



e, no caso de veiculação, a menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

- 4.17. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Delmiro Gouveia-AL.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- 4.18. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 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 licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 4.19. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.
- 4.20. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

I – será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Delmiro Gouveia-AL;

IV – deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

- 4.21. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.



4.22. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III – para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

4.23. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, nomeada pela Portaria nº 490/2025, composta por membros cuja escolha observou e atendeu os dispostos da Lei nº 12.232/2010.

5.1.1. A Comissão Técnica é composta pelos seguintes membros titulares:

I – José Welinton dos Santos Rocha, Radialista, inscrito no CPF nº ###.760.3##-##;

II – José Ferreira dos Santos, Assessor de Imprensa, inscrito no CPF nº ###.329.3##-##;

III – Alexandre Nelio de Carvalho Broca, Jornalista, inscrito no CPF nº ###.978.1##-##.

5.1.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

5.2. Plano de Comunicação Publicitária

5.3. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Município de Delmiro Gouveia-AL nos contextos social, político e econômico;



- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Delmiro Gouveia-AL com seus públicos;
- c) das características do Município de Delmiro Gouveia-AL e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Município de Delmiro Gouveia-AL;
- f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

5.4. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Delmiro Gouveia-AL e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Delmiro Gouveia-AL com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Delmiro Gouveia-AL;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Delmiro Gouveia-AL, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

5.5. Ideia Criativa



- a) sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Delmiro Gouveia-AL;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Delmiro Gouveia-AL e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

5.6. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura do Município de Delmiro Gouveia-AL;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

5.7. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;



- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de Delmiro Gouveia-AL;
- d) a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Delmiro Gouveia-AL e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da prefeitura do Município de Delmiro Gouveia-AL sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

5.8. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

5.9. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

5.10. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

5.11. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
----------------------	--------



Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

- 5.12. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.
- 5.13. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
- 5.14. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

- 6.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- 6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.
- 6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constituirá um dos anexos do edital, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 não **será aceito:**

a) **desconto inferior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Alagoas a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;



b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

- 6.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

7. DO VALOR

- 7.1. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício 2026 no valor estimado de **R\$ 2.525.900,00 (Dois Milhões Quinhentos e Vinte e Cinco Mil e Novecentos Reais).**

8. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 8.1. As despesas decorrentes da aquisição do objeto deste Termo de Referência correrão à conta dos recursos específicos das Secretarias, Fundos e autarquias Municipais de Delmiro Gouveia-AL.
- 8.2. Quando da contratação, para fazer face à despesa, será emitida Declaração do Ordenador da Despesa de que a mesma tem adequação orçamentária e financeira com a Lei de Responsabilidade Fiscal, com o Plano Plurianual e com a Lei de



Diretrizes Orçamentárias, acompanhada da Nota de Empenho expedida pelo setor contábil.

9. DA VIGÊNCIA

- 9.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual período, até o limite máximo de 10 (dez) anos, conforme art. 106 e art. 107 da Lei nº 14.133/2021, desde que: haja interesse do Município; os serviços sejam avaliados positivamente; os preços se mantenham compatíveis com o mercado; e haja autorização formal da autoridade competente.
- 9.2. A vigência do contrato compreende a fase de execução dos serviços e os prazos para liquidação das obrigações financeiras dele decorrentes, nos termos do art. 105 da Lei nº 14.133/2021.

10. DA FORMA DE PAGAMENTO

- 10.1. O pagamento será realizado em moeda corrente nacional, em até 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data de apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo fiscal do contrato, condicionado à:
- 10.1.1. Apresentação de Nota Fiscal/Fatura eletrônica, discriminando os serviços efetivamente prestados;
- 10.1.2. Atesto do fiscal do contrato;
- 10.1.3. Comprovação da regularidade fiscal e trabalhista da contratada (CND-INSS, CRF-FGTS, CNDT, CNDs Federal, Estadual e Municipal);
- 10.2. A Nota Fiscal/Fatura será emitida mensalmente, correspondendo aos serviços efetivamente prestados e aprovados no período.

11. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

- a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;
- b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;



- c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;
- d) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal de Delmiro Gouveia-AL;
- e) suspensão de participar de licitação e ou impedidas de contratar com o Município de Delmiro Gouveia-AL durante o prazo da sanção aplicada;
- f) declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação.
- g) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores e ou sócios comuns.

12. DISPOSIÇÕES GERAIS

Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratações, nomeada pela Portaria n. 242/2026 publicada no Diário Oficial em 27 de março de 2026.

Delmiro Gouveia – AL, 11 de setembro de 2026.

Rosangella Freire Rocha de Menezes Costa

Secretária Municipal de Administração e Recursos Humanos



Código de verificação: **R4QL-A715-71L6-LP6T**

Documento capturado em 11/09/2026 10:30:11 (HORÁRIO DE BRASÍLIA - UTC-3)

Hash (SHA256): 2a281395c580c9d9fdf5433cc46a890abe8fd161653204c4488c2fcbfba1ffc

Valor Legal: ORIGINAL | Natureza: DOCUMENTO NATO-DIGITAL

<https://supre.delmirogouveia.al.gov.br/autenticidade/R4QL-A715-71L6-LP6T>.



Documento assinado eletronicamente por **ROSANGELLA FREIRE ROCHA DE MENEZES COSTA** (**.061.534-**), **Secretário(a) de Administração**, em 11/09/2026 10:30:11 (GMT-03:00), conforme fundamento no art. 4º, I, da Lei nº 1.379/2022 de 19 de dezembro de 2022. IP: 138.36.168.115



Para verificar a validade da(s) assinatura(s), acesse o site <https://supre.delmirogouveia.al.gov.br/autenticidade> informando o identificador: **R4QL-A715-71L6-LP6T**.

Documento assinado digitalmente pelo Município de Delmiro Gouveia, conforme medida provisória nº 2.200-2 de 24 de agosto de 2001. Sua autenticidade deverá ser confirmada no endereço: <https://validar.iti.gov.br>.