

TERMO DE REFERÊNCIA

1. DO OBJETO

1.1. Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para a Prefeitura de Palmeira dos Índios, em Alagoas, sem divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento.

1.2. 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 divulgação.

1.3. Também integram o objeto deste Projeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

1.3.1. À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

1.3.2. Ao planejamento e execução de pesquisas e 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, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública, da Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL.

1.3.3. 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. DA JUSTIFICATIVA

2.1. A Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios tem o dever de garantir o acesso à informação aos seus munícipes, de modo que facilite o entendimento do que está sendo executado pela gestão municipal. Essa comunicação deve ser exercida, também, através da publicidade.

2.2. A legislação vigente determina que os serviços de publicidade não podem ser contratados por dispensa ou inexigibilidade de licitação, apesar de se constituírem como serviços técnicos especializados. O procedimento para

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

contratação é baseado na Lei nº 12.232/2010, complementar à Lei nº 14.133/2021.

- 2.3. Uma nova licitação é necessária para manter a continuidade dos serviços de publicidade, de modo a não prejudicar a relação comunicacional entre a administração municipal e os cidadãos de Palmeira dos Índios.

PROCEDIMENTO LICITATÓRIO NA FORMA PRESENCIAL

- 2.4. Mantém-se o procedimento licitatório para a contratação de serviços publicitários, na forma presencial, com a apresentação das Propostas Técnica, de Preço e dos Documentos de Habilitação de forma física.
 - 2.5. O parágrafo 2º do artigo 17 da Lei 14.133/21 dispõe que: “As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.”
 - 2.6. 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 inciso IV do artigo 6º da lei 12.232/2010.
 - 2.7. Cumpre evidenciar que a grande maioria das administrações públicas, notadamente dos municípios brasileiros, ainda não possuem estrutura técnica acessível mediante sistema online apta a garantir, em conformidade com a legislação aplicável, a não identificação dos proponentes pela Subcomissão Técnica na avaliação, julgamento e pontuação no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.
 - 2.8. O Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada deve ser apresentada de forma apócrifa e sem nenhum elemento que possa identificar o proponente.
 - 2.9. O encaminhamento do citado Plano, de forma eletrônica, exige que o órgão ou entidade responsável pela licitação possua condições técnicas de preservar essa não identificação, assegurando a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta que possam identificar os licitantes, cuidando da criptografia desses arquivos e os adequando aos formatos digitais dos arquivos exigidos pelo edital.
 - 2.10. Nesse sentido, a Lei nº 12.232/2010 estabelece rito procedimental específico, com a realização de 4 (quatro) sessões públicas presenciais e etapas próprias de julgamento técnico, as quais não são compatíveis, no presente momento, com a operacionalização por meio eletrônico disponível.
-

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

- 2.11. Ressalte-se, ainda, que a referida Lei nº 12.232/2010 não foi integralmente regulamentada à luz das disposições da Lei nº 14.133/2021, o que reforça a necessidade de adoção do procedimento presencial para a presente contratação, na modalidade concorrência, em estrita observância à legislação específica.
- 2.12. Tais motivos fundamentam a decisão de manter, nesta licitação de serviços publicitários, a forma presencial na apresentação das Propostas Técnica e de Preço e nos Documentos de Habilitação.
- 2.13. Outrossim, em atenção às disposições da Lei 14.133/21, as sessões públicas do certame licitatório serão gravadas em áudio e vídeo.

3. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS E DAS EXIGÊNCIAS TÉCNICAS.

- 3.1. O julgamento será realizado mediante a **técnica e preço**, em conformidade com as disposições deste Termo de Referência, levando-se em conta o interesse da Administração.
- 3.2. As exigências técnicas e requisitos de pontuação estão neste Termo de Referência.

4. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

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

4.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 1.2. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na licitação, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao CONTRATANTE.

4.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em unidade localizada **em um raio de até 190 (cento e noventa) quilômetros de distância** do Município de Palmeira dos Índios/AL, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede com estrutura de atendimento representada, no mínimo pelos seguintes profissionais:

- I - um na área de atendimento;
-

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

II – um na área de planejamento e pesquisa;

III – dois na área de criação;

IV – um na área de produção impressa, eletrônica e de design/ computação gráfica;

V- um na área de mídia.

4.1.2.1. Os profissionais designados para atendimento exclusivo do Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

4.1.2.2. 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 ou outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

4.1.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela CONTRATANTE.

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pela CONTRATANTE.

4.1.4.1. A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 1.2. diretamente, com seus próprios recursos.

4.1.4.2. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.2., fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da CONTRATANTE e implica a atuação das CONTRATADA por conta e ordem da CONTRATANTE.

4.1.4.2.2. A CONTRATANTE deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

4.1.4.2.3. Caberá à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela CONTRATANTE.

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

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

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

4.1.5.1.1. 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.

4.1.5.1.2. O aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE, gerados em decorrência de ação culposa de qualquer das CONTRATADAS deverá ser ressarcido pela CONTRATADA responsável, à CONTRATANTE em até 02 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

4.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem **4.1.5.1.2.**, o valor poderá ser glosado pela CONTRATANTE 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).

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

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

4.1.7.1. Pertencem à CONTRATANTE, devendo ser-lhes 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.

4.1.7.1.1. O disposto no subitem **4.1.8.1.** não abrange os planos de incentivo

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº12.232/2010.

4.1.7.1.2. A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, 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.

4.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Prefeitura, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

4.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados: 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 na CONTRATANTE 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 a CONTRATANTE, 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 sobre os direitos autorais para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

4.1.8.1. 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 da CONTRATANTE.

4.1.8.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

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

4.1.8.4. As disposições do subitem **4.1.9.** não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem **4.1.9,** I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializados.

4.1.9. Encaminhar, após a aprovação do serviço pela PREFEITURA e sem ônus para este, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – Mídia impressa do material publicitário: enviar através de link ou mídia digital.

4.1.9.1. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela PREFEITURA.

4.1.10. Disponibilizar a PREFEITURA informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

4.1.10.1. O portfólio deverá ser entregue anualmente, 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 de doze meses anteriores.

4.1.10.1.1. No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

4.1.10.2. O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pela CONTRATANTE.

4.1.11. Entregar a CONTRATANTE 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 pela CONTRATANTE, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

4.1.12. Entregar à CONTRATANTE, 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 pela CONTRATANTE.

4.1.12.1. O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado a CONTRATANTE no dia útil seguinte à realização do contato com a mesma, 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.

4.1.13. Elaborar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

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

I – criação e manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, 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.

4.1.14.1. A agência se reunirá com o CONTRATANTE, em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do CONTRATO, para apresentarem propostas 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.

4.1.14.1.1. Aprovada pela CONTRATANTE, as propostas passarão integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.

4.1.14.2. A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transferem à PREFEITURA a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte.

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

4.1.15. Prestar esclarecimentos a CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

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

4.1.17. 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.

4.1.17.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terão 30 (trinta) dias para regularizarem a situação, contados da notificação da CONTRATANTE, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

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

4.1.19. 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 cofres públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

4.1.19.1. A CONTRATADA são responsáveis por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

4.1.19.2. Sempre que solicitados pela CONTRATANTE a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.20. 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.

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

4.1.22. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.

4.1.23. 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.

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

5. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1. Constituem obrigações DA CONTRATANTE, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem **4.1.5.** e respectivos subitens.

5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

5.1.3. 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 ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A licitante 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	

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	
--	--

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

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. 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 – ANEXO 01** e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9;

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 referem os subitens 6.2.3.2.e 6.2.3.3. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

SUBQUESITOS:

6.2.1. Raciocínio Básico é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral 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.

6.2.3. Ideia Criativa é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

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

6.2.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.3.

6.2.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante 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. Ser apresentados sob a forma de:

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

- a) roteiro, layout 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 um 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, tablet, 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;

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

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

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

6.2.3.3.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão deste Termo de Referência, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material.

6.2.3.3.5. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados desde que executáveis no sistema operacional Windows, nos

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

formatos universais, a exemplo de:

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

6.2.3.3.6. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características.

6.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito 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 licitante e em função da verba referencial indicada no briefing

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

6.2.4.1. 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:

6.2.4.2. 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.

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

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

- 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 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.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2.5. 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;

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 6.2.3.1. 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.

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

6.2.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

Criativa deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;

II. adequados às dimensões dispostas no edital;

6.2.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos 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”;

I ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.

6.2.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesito 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

6.3. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante 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 Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do Prefeitura de Palmeira dos Índios.

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 Prefeitura de Palmeira dos Índios , sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. 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 assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

III – REPERTÓRIO

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

6.4.1. 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 2020**;

II – as peças deverão ser apresentadas em formato executável 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).

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

- a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato.

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 Prefeitura de Palmeira dos Índios seja ou tenha sido signatário;

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 licitante na forma de seus atos constitutivos;

VI – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 6.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.4.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.3,III.

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

IV – RELATOS DE SOLUCÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.5. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 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 ou ex clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a **31 de dezembro de 2019**.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

de janeiro de 2020.

6.5.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 8.3, IV.

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2019 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Município de Palmeira dos Índios seja ou tenha sido signatário.

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

6.5.3.2. 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.

6.5.4. 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 6.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão estar em formato executável 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 6.5, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, 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.

6.5.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5 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

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Edital, informando o percentual de honorário, sem a quebra de percentual, na forma indicada no edital 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 a forma de percentual, na forma indicada no do edital sem quebra de percentual a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a **Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade – de Alagoas (ABAP/AL), vigente quando da prestação dos serviços correspondentes**, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que destina-se a atender o disposto no art. 59, III da Lei nº 14.133/2021, 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 **30% (trinta por cento)** sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade de Alagoas;

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 licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V – o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

custos e despesas, diretas e indiretas, 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 contrato;

VII – A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

- 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 a Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL as vantagens obtidas;
- b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no contrato.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido pela Administração deverá ser:

- a) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.
- b) firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

7.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.2.2. 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 da Associação Brasileira de Agências de Publicidade de Alagoas.

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

- 7.2.3.** 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 na epígrafe deste Edital.

8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

8.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 36 e 37 § 1º da Lei 14.133/2021, sendo que é estabelecido o peso **0,70** para a Proposta Técnica e peso **0,30** para a Proposta de Preço.

8.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizada pela Subcomissão Técnica, designada na forma do art.10 da Lei 12.232/2010, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (70 pontos)

a) **Raciocínio Básico (05 pontos)**– a acuidade de compreensão sobre:

- i. As características gerais da Prefeitura de Palmeira dos Índios; (01 ponto)
- ii. As funções e o papel da Prefeitura de Palmeira dos Índios nos contextos social, político e econômico; (01 ponto)
- iii. A natureza, a extensão e a qualidade das relações da Prefeitura de Palmeira dos Índios com seus públicos; (01 ponto)
- iv. Os desafios de comunicação a serem enfrentados pela Prefeitura de Palmeira dos Índios; (01 ponto)
- v. As necessidades de comunicação da Prefeitura de Palmeira dos Índios no cumprimento do princípio constitucional da Publicidade. (01 ponto)

b) **Estratégia de Comunicação Publicitária (25 pontos)**

- I. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura de Palmeira dos Índios e ao desafio de comunicação;(07 pontos)
 - II. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;(04 pontos)
 - III. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a
-

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

comunicação da Prefeitura de Palmeira dos Índios com seus públicos; (02 pontos)

IV. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação; (07 pontos)

V. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; (03 pontos)

VI. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura de Palmeira dos Índios, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível. (02 pontos)

c) Ideia Criativa(25 pontos)

i. Adequação ao desafio de comunicação; (05 pontos)

ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (03 pontos)

iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo; (01 pontos)

iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (02 pontos)

v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (03 pontos)

vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (02 pontos)

vii. Pertinência às atividades de comunicação do Prefeitura de Palmeira dos Índios , assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico; (03 pontos)

viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; (03 pontos)

ix. Exequibilidade das peças e ou do material; (01 ponto)

x. 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)

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo; (02 pontos)
- ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;(02 pontos)
- iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (8.2,I,d,"i" e"ii"); (04 pontos)
- iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Prefeitura de Palmeira dos Índios; (01 ponto)
- v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; (03 pontos)
- vi. 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 licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (01 ponto)
 - b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (03 pontos)
 - c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Palmeira dos Índios; (03 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 a Prefeitura de Palmeira dos Índios e a licitante, 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 licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura de Palmeira dos Índios, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (01 ponto)
-

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

III – REPERTÓRIO(10 pontos)

- a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante 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; (02 pontos)
- c) Relevância dos resultados apresentados; (03 pontos)
- d) Concatenação lógica da exposição. (03 pontos)

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

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

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

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

III – Repertório: 10(dez) pontos

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

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

- 8.3.1.** Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 8.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.
- 8.3.2.** A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.
- 8.3.3.** 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 no Edital.
- 8.3.3.1.** Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas 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.
- 8.3.4.** A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
- 8.4.** Será desclassificada a licitante que:
- I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;
 - II - Obtiver 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.
- 8.5.** Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 8.4., II e III.
-

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

8.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquestos 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.

8.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no edital ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

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

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.8. Após a realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas e a divulgação do resultado do julgamento das propostas técnicas mediante publicação com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, passado o prazo para interposição de recurso, será designada sessão pública para abertura dos invólucros com as propostas de preços das licitantes.

8.9. Na sessão pública designada pela Comissão de Contratação, serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Contratação e pelas agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes por escolha das agências participantes presentes à sessão.

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

a) Percentual de honorários sobre (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, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7.1:

Pontos	Percentual de honorários
---------------	---------------------------------

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

100	8%
80	De 9% a 10%
60	De 11% a 12%
40	De 13% a 14%
20	15%

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade de Alagoas, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7.1:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
100	50%
80	45% a 49%
60	40% a 44%
40	35% a 39%
20	30% a 34%

8.9.2. 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 Alagoas

NFPC = D1 + D2

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

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

8.10. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto nos arts. 36 e 37 da Lei 14.133/2021:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPC \times 0,30)$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

8.10.1. 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

8.10.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 8.10.1, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

8.10.3. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

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

8.10.5. 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 - observado o disposto no subitem quesito 8.10.

9. DO PRAZO DE VIGÊNCIA E EXECUÇÃO DO CONTRATO

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

9.1. O prazo de vigência contratual terá início no dia da assinatura do contrato e eficácia no dia subsequente ao da publicação do resumo do contrato nos Diários Oficiais e no PNCP, nos termos do parágrafo 1º do Artigo 54 da Lei Nº 14.133/2021, e terá duração de 12 (doze) meses, nos termos do Artigo 105 da Lei Nº 14.133/2021, podendo ser prorrogado nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei 14.133/2021, considerando a natureza de continuidade do objeto.

10. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

10.1. 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 e será executada de acordo com o previsto no item 1 e subitens 1.1, 1.2 e 1.3.

10.2. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados na conta orçamentária:

SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO PÚBLICA

04.122.0002.2008 – Gestão das Ações da Secretaria Municipal de Gestão Pública e Patrimônio.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA

13.122.0012.2165 – Manutenção das Ações da Secretaria Municipal de Cultura.

SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANIZAÇÃO

15.122.0016.2122 – Gestão das Ações da Secretaria Municipal de Serviços Públicos e Convívio Urbano.

SECRETARIA MUNICIPAL DE TRANSPORTE E TRÂNSITO – SMTT.

26.122.0002.2101 – Gestão das Ações da Superintendência Municipal de Trânsito – SMTT.

SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO.

23.122.0002.2167 – Manutenção da Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Turismo.

SECRETARIA MUNICIPAL EXECUTIVA DE COMUNICAÇÃO

04.131.0002.2305 – Gestão das Ações da Secretaria Municipal Executiva de Comunicação.

SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA

20.122.0004.2012 – Gestão das Ações da Secretaria Municipal de Agricultura e Desenvolvimento Agrário.

SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE E RECURSOS HÍDRICOS

18.541.0006.2168 – Manutenção da Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Recursos Hídricos.
Fonte de Recursos: 1.500.0000 – Recursos não vinculados de impostos.

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, ESPORTE, LAZER E JUVENTUDE

12.361.0007.2025 – Gestão das Ações do Fundo Municipal de Educação.

Fonte de Recursos: 1.500.1001 – Recursos não vinculados de impostos

12.361.0007.2023 – Gestão das Ações do Ensino Fundamental – FUNDEB 30%

Fonte de recurso: 1.540.0000 – Recursos não vinculados de impostos.

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

10.122.0010.2075 – Gestão das ações do Fundo Municipal de Saúde

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

Fonte de recursos: 1.500.0000 – Recursos não vinculados de impostos.

10.301.0010.2201 – Custeio das Ações e Serviços Públicos da Saúde – Atenção Básica.

10.302.0010.2202 – Custeio das Ações e Serviços Públicos de Saúde – MAC.

10.304.0010.2204 – Custeio das Ações e Serviços Públicos de Saúde – Vigilância em Saúde (Sanitária).

10.305.0010.2205 – Custeio das Ações e Serviços Públicos de Saúde – Vigilância em Saúde (Epidemiológica).

Fonte de recursos: 1.600.0000 – Recursos não vinculados de impostos.

SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA, INCLUSÃO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

08.244.0005.2045 – Gestão das Ações do Fundo Municipal de Assistência Social.

08.122.0005.2056 – Manutenção da Secretaria Municipal de Assistência, Inclusão e Desenvolvimento Social.

Fonte de recursos: 1.500.0000 – Recursos não vinculados de impostos.

08.244.0005.2172 – Bloco de Financiamento da Proteção Social Básica.

08.244.0005.2176 – Bloco de Financiamento da Gestão do Programa Bolsa Família e do Cadastro Único.

08.244.0005.2200 – Bloco de Financiamento da Proteção Social Especial de Alta e Média Complexidade.

08.244.0005.2175 – Bloco de Financiamento de Gestão do SUAS.

Fonte de recursos: 1.660.0000 – Recursos não vinculados de impostos.

Elemento de Despesa: 3.3.3.9.0.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

10.3. O Município de Palmeira dos Índios se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

11. PENALIDADES

11.1. Ensejará a aplicação de multa no percentual de 0,5% (meio por cento) sobre a estimativa de despesas previstas no valor estimado pela Administração, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei 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 para a assinatura do contrato, inviabilizando a contratação.

11.1.1. A multa deverá ser recolhida na Prefeitura de Palmeira dos Índios, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

11.2. Ensejará a aplicação de impedimento de licitar e contratar com o Prefeitura de Palmeira dos Índios, pelo período de 6 (seis) meses até 3 (três)anos:

I – recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato;

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

II – não manutenção das condições de habilitação;

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

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.

11.2.1. A penalidade de impedimento de licitar e contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 9.1.

11.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do artigo 156, § 5º da Lei 14.133/2021, que será proposta ao Chefe do Executivo Municipal, na ocorrência dos casos previstas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do caput do art. 155.

11.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

12. DOS DIREITOS AUTORAIS

12.1. A CONTRATADA cede a CONTRATANTE os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (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 do futuro CONTRATO.

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

12.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas na contratação.

12.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela PREFEITURA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.2. 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.

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

12.3. 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.

12.4. A CONTRATANTE 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.

12.4.1. É garantida a CONTRATANTE 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.

13. DA RESPONSABILIDADE PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA

13.1. Certificamos para os devidos fins que as especificações contidas neste Termo de Referência, não contêm características, especificações ou exigências exclusivas, excessivas, impertinentes, irrelevantes ou desnecessárias que possam direcionar o certame ou limitar/restringir ou frustrar a competição ou a realização do serviço.

Palmeira dos Índios/AL, 07 de abril de 2026

LUCIANA GONZAGA DA SILVA
Técnica administrativa

CESAR HENRIQUE DE FRANÇA ROMEIRO
SECRETÁRIO DE COMUNICAÇÃO

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

ANEXO I

01 – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Estarão aptas a participarem do certame as empresas que apresentarem as documentações exigidas por lei em licitações e também:

- I – apresentarem o 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(oes) 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 desta concorrência;

02 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Para comprovar a capacidade de atendimento às necessidades de serviços solicitados pela Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios/AL, as empresas devem apresentar:

- 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;
- c) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
- d) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do Prefeitura de Palmeira dos Índios.
- 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 da Prefeitura de Palmeira dos Índios, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

03 –REPERTÓRIO

Para comprovação de curriculum no mercado publicitário, as empresas deverão apresentar um conjunto de trabalhos, concebido e veiculado/exposto, sob a forma de

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, obedecendo aos seguintes critérios:

I Poderão 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:

- a) As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2020;
- b) As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em formatos executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente(soltos);
- c) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato.

II – 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 Prefeitura de Palmeira dos Índios seja ou tenha sido signatário;

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

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

ANEXO II **BRIEFING**

Palmeira dos Índios é um dos municípios mais tradicionais de Alagoas. Terra do escritor Graciliano Ramos de Oliveira, a história da cidade começa por volta de 1770, quando chegou ao local o Frei Domingos de São José, que no mesmo ano deu início à construção da primeira igreja. Após três anos frei conseguiu obter de Dona Maria Pereira Gonçalves, proprietária da sesmária, doação de meia légua de terras em quadra para a edificação de uma capela, dedicada ao Senhor Bom Jesus da Boa Morte.

Com o avanço o crescimento da região, em 1798 foi criada a freguesia de Palmeira dos Índios e, em 1835, o povoado foi elevado à categoria de vila, desvinculando-se de Anadia. Em 1846, voltou à condição de distrito, em consequência das lutas políticas entre famílias locais, que estacionaram economicamente o lugar. Só sete anos depois Palmeira retorna à categoria de vila, recuperando seu desenvolvimento e sendo elevada à cidade em 20 de agosto de 1889.

DADOS GERAIS

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população estimada de Palmeira dos Índios é de 71.574 habitantes, sendo o quarto município mais populoso do estado (com base na estimativa). O município possui forte presença indígena. Ainda em 1821, os indígenas locais solicitaram ao presidente da província de Alagoas uma porção de terra para exercerem suas atividades e, no ano seguinte, a Junta Governativa determinou a demarcação da área compreendida entre o riacho Cabeça de Negro, atualmente Pau da Negra, e as cabeceiras do Panelas.

Localizado na região do Agreste Alagoano e distante 136 km de Maceió, capital do estado, o município faz divisa com Belém, Cacimbinhas, Estrela de Alagoas, Igaci, Quebrangulo, Minador do Negrão, Mar Vermelho, Paulo Jacinto e a cidade pernambucana de Bom Conselho. São 460km² em um clima tropical semiúmido, que já chegou a mais de 40° C nos últimos anos, mas também registrou temperatura mínima de 13,8° C, em 1997.

GESTÃO ATUAL

A atual gestão da Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios é uma continuidade do trabalho que teve início em 2016, após quase 20 anos de revezamento entre famílias politicamente tradicionais na região. A atual gestão representa uma forma de trabalho: a prefeitura de Palmeira dos Índios deve atuar sempre em favor do povo, do homem comum, do trabalhador que fez e faz a cidade crescer.

CENÁRIO GERAL

No Censo de 2010, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Palmeira dos Índios foi calculado em 0,638, numa escala que vai de 0 a 1. Outros dados antigos são desanimadores, como o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) de 2013, afixado em 2,9 pontos, e, em 2003, o Índice de Gini em 0,43 e a incidência de pobreza em 58,39%. Contudo, como esses estudos são realizados em um longo espaço de tempo, ainda não houve pesquisa após as ações realizadas pela atual gestão, ou seja, que reflitam o real momento vivido por Palmeira dos Índios.

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

Nesse compasso, o objetivo deste processo é a contratação de 01 (uma) agência de publicidade para a prestação de serviços regulamentados por procedimento licitatório, que tem como meta dar funcionalidade à comunicação institucional e de utilidade pública feita por esta Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios/AL, em LOTE ÚNICO. A essa agência caberá a prestação de serviços para os órgãos da estrutura administrativa desta Municipalidade, por intermédio da Secretaria de Comunicação, compreendendo, conforme contratos ainda em vigência, estudo, planejamento, criação/concepção, negociação e distribuição de campanhas e peças publicitárias.

A Prefeitura de Palmeira dos Índios Alagoas vai trabalhar o edital em consonância com os órgãos que representam o segmento, e seguindo toda a normatização exigida em procedimentos como este, inclusive a adotada pela Secretaria Executiva de Comunicação. Caberá à Secretaria Executiva de Comunicação o total empenho no encaminhamento dessa questão, em respeito ao mercado publicitário, e dentro do conceito de transparência e legalidade que se faz necessário nas ações de governo.

BRIEFING GERAL – LOTE ÚNICO

Este briefing é único e se destina às agências de publicidade que participarão do processo de licitação da Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL, para contratação de prestação de serviços de publicidade.

Fica a juízo da Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios/AL, através da Secretaria de Comunicação, a implementação ou não das propostas apresentadas pela agência vencedora da licitação.

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO – “PRESTAÇÃO DE CONTAS DA ADMINISTRAÇÃO”

Como informação primordial neste briefing, vale salientar às Agências de Publicidade interessadas neste certame, que em respeito à Lei 12.232/2010, adota-se como critério técnico

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

para julgamento da campanha a ser realizada nas seguintes áreas: Educação, Saúde, Assistência e desenvolvimento social; Obras e infraestrutura; Agricultura e Esporte e cultura.

Agora, o Município de Palmeira dos Índios tem o que comemorar, porque a mudança na qualidade de vida dos palmeirenses é perceptível. Algumas ações realizadas a partir de 2017 são citadas abaixo:

- a) **Educação:** reforma de escolas, valorização do professor, recorde de matrículas, fardamento, material escolar, transporte eficiente e merenda de qualidade.
- b) **Saúde:** construção de novas UBSs, recuperação de postos de saúde, abastecimento contínuo da farmácia municipal, entrega periódica de kits para pessoas com diabetes.
- c) **Assistência e desenvolvimento social:** construção dos conjuntos Brivaldo Medeiros e Antônio Ribeiro, regularização de moradias, parcerias para geração de emprego, qualificação profissional gratuita, integração ao Sine.
- d) **Obras e infraestrutura:** mais de 500 km de estradas recuperadas, drenagem e pavimentação, recuperação do Cristo do Goití e da estação ferroviária, revitalização do Centro, reforma da praça da Independência.
- e) **Agricultura:** distribuição de sementes, recuperação de vias de escoamento, construção de tanques para piscicultura e desenvolvimento da aquicultura, aração gratuita de terras.
- f) **Esporte e cultura:** revitalização do Estádio Juca Sampaio, incentivo ao esporte na rede municipal, criação de calendário local de eventos que impactem positivamente a economia municipal.

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

Objetivos Gerais: Diante dos elementos apresentados até então, projetam-se os objetivos de marketing/publicidade desta solicitação, todos de natureza institucional. A proponente deve sugerir indicadores capazes de aferir o estágio de cumprimento de cada objetivo e retorno efetivo dos investimentos a realizar.

Objetivos Específicos: Tem-se por específico o intuito de fazer chegar a todos os setores da sociedade as demandas e ações realizadas pela Prefeitura nas áreas apontadas (Educação, Saúde, Assistência e desenvolvimento social, Obras e infraestrutura, Agricultura e Esporte e cultura), canalizando assim, melhores índices de informações dos atos estatais e, ainda, beneficiando a sociedade.

PÚBLICO-ALVO

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

Público Externo: Proximidade. Esta é uma das palavras-chave da Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios/AL. Construir um Governo presente faz parte da política de governar para toda população, sem distinção. Ouvindo, planejando e agindo de forma a estreitar a relação Governo-Sociedade. Portanto, apontamos para a adoção de uma comunicação direta, de fácil assimilação, capaz de ser decodificada pelas comunidades das mais diversas esferas sociais do Município. Precisamos informar à sociedade em geral, fazendo uma publicidade que reflita as necessidades da nossa gente, que mostre soluções e avanços e que também convoque a todos para abraçar o Município que quer e vai avançar pelos caminhos da ética, da transparência, da proximidade e do trabalho sério.

Público Interno: Envolver, comprometer e ter os servidores públicos municipais como agentes e parceiros das transformações que Palmeira dos Índios/AL precisa é fundamental como objetivo da comunicação de Estado. Para isso, e pensando na longa tarefa da governabilidade, é importante que vejamos esses servidores como pilares estruturantes da máquina administrativa. Manter este público interno bem informado, até para que possa criticar e/ou endossar os atos e decisões da Administração, é de extrema relevância para a Secretaria de Comunicação.

Assim, justifica-se a criação de canais de comunicação direta com este *target*, para que ele venha a ter pleno conhecimento das ações projetadas e executadas. E isso deve ser feito através da legal publicidade institucional.

PRAÇAS

Todo o território de Palmeira dos Índios/AL, pois, como dito, as ações são destinadas a todos os palmeirenses.

PERÍODO DA CAMPANHA

30 dias.

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO NESTA CAMPANHA

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

Apresenta-se como verba referencial para a campanha a ser realizada nas áreas da Educação, Saúde, Assistência e desenvolvimento social, Obras e infraestrutura, Agricultura, e Esporte e cultura o valor de **R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)**.

CAMPANHA PUBLICITÁRIA

As ações realizadas pela prefeitura devem ser mais percebidas pela população, de modo a superar o desgaste de imagem provocado pelos dados oficiais não-atualizados. A comunicação proposta deve imprimir a nova realidade palmeirense, de investimentos e ações que perpassam por todos os setores da administração municipal, refletindo em benefícios diretos para os habitantes do município.

Seguindo os principais éticos e morais da administração municipal, a campanha publicitária não deve ser desnecessariamente onerosa ao poder público. Antes de tudo, ela deve informar os cidadãos sobre as ações municipais e garantir o entendimento de que eles podem desfrutar da cidadania palmeirense. As ações da prefeitura foram e continuarão sendo em prol do palmeirense, de modo a melhorar sua qualidade de vida.

Tal objetivo aponta para a necessidade de envolver todos os públicos, despertar o interesse dos cidadãos e a sua consequente busca pelo crescimento da Administração.

PROBLEMA GERAL A SER RESOLVIDO

Demandar ações publicitárias de comunicação institucional de forma a mostrar os esforços do Administração Pública Municipal para quebrar paradigmas, os quais vem valorizando e fomentando as ações destinadas à Educação, Saúde, Assistência e desenvolvimento social, Obras e infraestrutura, Agricultura, e Esporte e cultura no Município. Devendo, ainda, destacar os avanços da Administração através de suas ações/ prestação de contas deixando transparente o desenvolvimento do Município em sua nova realidade.

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Licitação promovida pela Prefeitura de Palmeira dos Índios,
em Alagoas.

Concorrência nº. XX/2026

Nome empresarial da licitante:

CNPJ n.....

Endereço, telefone e e-mail:.....

Validade da proposta(.....) dias (no mínimo
90 dias), a partir da data de sua apresentação.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº. XX/2026 promovida pela Prefeitura de Palmeira dos Índios, em Alagoas, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de% (.....) sobre os custos (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;
- b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pela Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Capítulo Alagoas (ABAP/AL), vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de.....%(porcento);

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

MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL a esse título.

- 2) Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
- 3) O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Prefeitura de Palmeira dos Índios, em Alagoas correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a Prefeitura de Palmeira dos Índios/AL, na forma das Normas Padrão da Atividade Publicitária.
- 4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na **Cláusula** da minuta de contrato.

.....dede 2026.

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.
