



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

TERMO DE REFERÊNCIA RETIFICADO

1. OBJETO

1.1. Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e comunicação institucional, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Administração Pública municipal direta e indireta, por intermédio da Secretaria de Governo, de acordo com este termo de referência e seus anexos, os quais são partes integrantes do Edital, independente de transcrição.

1.2. Também integram o objeto deste termo de referência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a)** Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução interna, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral sobre assuntos e temas de competência ou interesse da Prefeitura Municipal de Paracatu;
- b)** Planejamento e 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c)** A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d)** A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.3. A contratação dos serviços do subitem **1.2.** tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.4. O planejamento, previsto no subitem **1.2.** objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

1.5. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem **1.2.** terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.6. Os serviços previstos no **subitem 1.2** não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa, nem a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.7. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.8. Incluem-se no escopo deste termo de referência, nos termos do art. 20-A, §1º, da Lei nº 12.232/2010, as ações relacionadas ao planejamento, criação, manutenção, monitoramento e gestão de canais e redes sociais institucionais, compreendidas como parte integrante das estratégias e ações de comunicação institucional e publicitária da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

1.9. A agência atuará por ordem da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, em conformidade com o art. 3º da Lei 4.680/65 na contratação de:

- a) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos no item **1.2**.
- b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

1.9.1 A empresa contratada atuará consoante convocação da Prefeitura Municipal de Paracatu, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no item **1.1**, devendo os serviços de publicidade ser executados indistintamente e independentemente da classificação neste certame.

1.10. Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse da Administração Pública Municipal Direta e Indireta, sob a coordenação da Secretaria Municipal de Governo.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

2. DESCRIÇÃO DETALHADA

Conforme solicitação de Compras nº **2433/2026**, anexa, parte integrante e inseparável deste Termo, emitida pelo Sistema Informatizado do Município.

Serviço						
Item	Código	Descrição	U/E	Qtde.	Unitário	Total
1	071.0012	Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e comunicação institucional, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Administração Pública municipal direta e indireta, por intermédio da Secretaria de Governo. - -	Sv	1.0000000		0,00

3. JUSTIFICATIVA:

A **Secretaria Municipal de Governo da Prefeitura de Paracatu-MG**, tem por finalidade assessorar o Executivo na divulgação das ações governamentais, disseminar informações de interesse público e garantir a transparência dos atos administrativos. Sua atuação foca na manutenção de um fluxo permanente de informação, coordenando a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas e projetos da administração.

O acesso à informação é um direito fundamental previsto na Constituição Federal de 1988 (Art. 5º, XXXIII; Art. 37, § 3º, II; e Art. 216, § 2º). A gestão municipal reafirma seu compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, fundamentada no diálogo permanente com a população de Paracatu e no respeito à cidadania.

As ações do Município são orientadas por eixos transversais que integram as políticas públicas:

- a) **Enfrentamento das Diferenças Sociais:** Garantia do exercício da cidadania e ampliação do acesso aos direitos sociais e culturais para todos.
- b) **Eficiência e Modernização Administrativa:** Compromisso com a correta aplicação dos recursos públicos e a modernização da gestão para gerar emprego e renda.
- c) **Desenvolvimento Sustentável:** Promoção do crescimento econômico focado nas demandas sociais e ambientais e na valorização da identidade local.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

d) Infraestrutura e Mobilidade: Reestruturação de espaços públicos para garantir acessibilidade e qualificar a experiência cotidiana do cidadão no território municipal.

A dinâmica atual exige respostas rápidas e o uso estratégico de novas tecnologias. A comunicação governamental em Paracatu deve acompanhar a evolução digital, utilizando canais eficazes para levar conhecimento sobre os atos de gestão a todos os moradores, ao mesmo tempo em que mantém canais abertos para ouvir os anseios da comunidade.

Para atingir esses objetivos com excelência técnica, torna-se necessária a contratação de empresa especializada em serviços de publicidade. Esta solicitação fundamenta-se na **Lei Federal nº 14.133/2021** (Nova Lei de Licitações) e na **Lei nº 12.232/2010**, visando integrar a expertise técnica externa à estrutura administrativa municipal para garantir soluções de comunicação modernas e eficientes.

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

4. FORMA, PRAZO E LOCAL

4.1. Os serviços a serem realizados na vigência do Contrato serão executados das seguintes formas:

- a)** serviços executados pela própria CONTRATADA;
- b)** serviços executados por terceiros e supervisionados pela CONTRATADA.

4.2. Na execução dos serviços, a CONTRATADA deverá manter escritório de atendimento no município de Paracatu/MG, compatível com o volume e as características dos serviços, com equipe mínima de 04 (quatro) profissionais, devendo pelo menos 01 (um) deles possuir formação de nível superior em Publicidade e



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

Propaganda ou áreas correlatas (Comunicação ou Marketing). Alternativamente, será admitida a comprovação de formação superior em qualquer área, desde que acompanhada de pós-graduação em nível de especialização nas áreas supracitadas, ou ainda a comprovação de experiência profissional mínima de 02 (dois) anos no ramo de publicidade e propaganda, devidamente documentada, a serem prestados para a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

4.2.1. Será responsabilidade da **CONTRATADA** prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, veículo, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

4.2.2. A **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** poderá prover infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico.

4.2.3. De forma excepcional poderão ser alocados nas dependências do **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos produtos e serviços constantes no termo de referência.

4.3. Da Ausência de Vínculo Trabalhista

4.3.1 A eventual permanência ou atuação de empregados, prepostos ou colaboradores da **CONTRATADA** nas dependências da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, para execução dos serviços objeto deste Termo de Referência, não caracterizará vínculo empregatício, funcional, estatutário ou previdenciário com a Administração Pública, permanecendo tais profissionais subordinados técnica, administrativa e disciplinarmente, exclusivamente, à **CONTRATADA**.

4.3.2. Compete exclusivamente à **CONTRATADA** a contratação, remuneração, substituição, supervisão, direção técnica e disciplinar de seus empregados e colaboradores, bem como o recolhimento de todos os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, fundiários e securitários decorrentes da execução do contrato.

4.3.3. A fiscalização exercida pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** limitar-se-á ao acompanhamento e à verificação da correta execução dos serviços contratados, não implicando subordinação direta, pessoalidade, exclusividade, habitualidade ou qualquer outro requisito capaz de caracterizar vínculo empregatício entre a Administração Pública e os profissionais da **CONTRATADA**.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

4.3.4. A **CONTRATADA** responderá integralmente por quaisquer reclamações, demandas ou condenações de natureza trabalhista, previdenciária, tributária ou cível relacionadas aos seus empregados, prepostos ou colaboradores, obrigando-se a ressarcir e manter a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** isenta de qualquer responsabilidade decorrente dessas relações

4.4. Os serviços serão executados de acordo com a demanda e necessidade da Secretaria de Governo, observando-se sempre o limite do valor contratado e o respectivo saldo contratual.

4.4.1 Dessa forma, a contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

4.4.2. Os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual e criativa, uma vez que sua execução envolve planejamento estratégico, concepção, criação, definição de metodologias, produção de conteúdo e proposição de soluções publicitárias adequadas aos objetivos de cada demanda. Por essa razão, a seleção da proposta não pode se limitar à comparação objetiva de especificações usuais de mercado, sendo necessária a avaliação da qualidade técnica das soluções apresentadas, em conjunto com a respectiva proposta de preços, observadas as disposições da Lei nº 12.232/2010.

4.4.3. As regras e os critérios para elaboração, apresentação, julgamento e pontuação das Propostas Técnicas e de Preços, bem como para apresentação dos Documentos para habilitação, encontram-se descritos neste termo de referência, em conformidade com o disposto na Lei Federal 12.232/2010.

4.4.4. A pretensa contratação não envolve a estimativa de quantidades ou a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as regras aplicáveis ao edital previstas na Lei 14.133/2021, não sendo, porém, exigido o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos, como ocorre em contratações de obras e serviços de engenharia.

4.5. Do Regime de Execução

4.5.1 Os serviços serão executados de forma indireta, sob demanda, mediante ordens de serviço e remunerados conforme as regras de desconto, honorários e demais condições previstas neste Termo de Referência.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

4.5.2 A execução sob demanda decorre da impossibilidade de prever, com exatidão, os quantitativos dos serviços que serão demandados durante a vigência contratual. Sendo assim, o valor do contrato estabelecido neste Termo de Referência é meramente estimativo, devendo ser executado à medida da necessidade e conveniência da Secretaria Municipal de Governo que poderá readequá-los de forma diferente do previamente estabelecido, desde que justificadamente e respeitado o valor contratual global fixado.

4.5.3 O valor de cada serviço/campanha publicitária somente será conhecido na realização de cada campanha e após a contratada apresentar o seu planejamento com todos os custos envolvidos.

5. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação, organizada em três envelopes distintos, denominados Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

5.1.1. Contém o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.**

5.1.1.1. O Plano deve ser obrigatoriamente apresentado no invólucro padronizado fornecido pela Comissão de Contratação. A retirada do invólucro deve ser feita formalmente pela agência no endereço:

Departamento de Licitações

**Avenida São João Paulo II (Antiga Rua da Contagem), nº 2045, Paracatuzinho.
CEP: 38603-401 – Paracatu/MG – 2º andar.**

5.1.1.2. Para garantir o sigilo da autoria até a abertura do Invólucro nº 2, o **Invólucro nº 1 não deve ser lacrado nem rubricado.** É vedado:

- a) Qualquer tipo de identificação externa;
- b) Marcas, sinais, etiquetas ou elementos que permitam identificar a licitante;
- c) Deformações ou danos no envelope causados pelo conteúdo que possam servir como sinal identificador.

INVÓLUCRO Nº 2

5.1.2. Contém o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.**

5.1.2.1. Este invólucro deve ser entregue **fechado e rubricado no fecho**, contendo a seguinte identificação externa:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

Licitante: [Nome Empresarial] | **CNPJ:** [00.000.000/0000-00]
Concorrência nº XX / 2026

5.1.2.2. A licitante é responsável por providenciar este invólucro, utilizando embalagem adequada e inviolável.

INVÓLUCRO Nº 3

5.1.3. Contém a **Capacidade de Atendimento**, o **Repertório** e os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.

5.1.3.1. Este invólucro deve ser entregue **fechado e rubricado no fecho**, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas
Licitante: [Nome Empresarial] | **CNPJ:** [00.000.000/0000-00]
Concorrência nº XX / 2026

5.1.3.2. A licitante deve providenciar embalagem adequada que garanta o sigilo do conteúdo até a abertura oficial.

5.1.3.3. O conteúdo do **Invólucro nº 3** não pode conter elementos (marcas, sinais ou informações) que apareçam no "Plano de Via Não Identificada" (Invólucro 1), para evitar a quebra do sigilo de autoria antes do momento processual adequado.

6. CRITÉRIO DE ACEITABILIDADE

6.1. A modalidade de contratação será **TÉCNICA E PREÇO**, aferidos pela maior pontuação, resultado da soma entre a pontuação técnica e a pontuação de preços, com observância ao disposto no art. 37, § 2º, inciso II, da Lei n.º 14.133/2021.

6.1.1. Considerando que a modalidade de licitação será **Concorrência, com critério de julgamento Técnica e Preço**, o modo de disputa será **fechado**, sendo a classificação das licitantes apurada mediante a ponderação das notas atribuídas às Propostas Técnica e de Preços, com peso de **70% (setenta por cento) para a Nota Técnica** e **30% (trinta por cento) para a Nota de Preço**, observados os critérios de valoração e julgamento estabelecidos neste Termo de Referência.

6.1.2. O valor total estimado para a presente contratação é de **R\$ 6.400.000,00 (seis milhões e quatrocentos mil reais)**, para o período de 12 (doze) meses, constituindo esse valor o limite máximo de execução contratual sob demanda, conforme as necessidades da Administração Municipal e as disponibilidades orçamentárias.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	1.1. Raciocínio Básico
	1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	1.3. Ideia Criativa
	1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

6.3. A proposta técnica será apresentada em **três vias impressas distintas**, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

6.4. O Plano de Comunicação será apresentado em **duas vias impressas**, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

6.5. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'e' do subitem **6.5** do Termo de Referência;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens **6.5.1**, **6.5.2** e **6.5.3** deste Termo de Referência;
- i) Será permitido texto em negrito somente para destaque de frases ou títulos e subtítulos da campanha;
- j) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

6.5.1. As especificações estabelecidas no subitem 6.5 não se aplicam aos exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea “b” do subitem 6.6.8, nem à indicação prevista no subitem 6.6.8.10 deste Termo de Referência.

6.5.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
- d) ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite de páginas previsto no subitem 6.6.1, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
- e) impressas na orientação paisagem.

6.5.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c) ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

6.5.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

6.5.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem **6.5** deste Termo de Referência;

6.5.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1;

6.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.6.1. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea “a” do subitem 6.6.8 estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

6.6.2. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar para que o envelope nº 1 não esteja **danificado ou deformado** pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

6.6.3. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

6.6.4. Poderão ser utilizadas páginas isoladas destinadas à identificação do Plano de Comunicação Publicitária e de seus respectivos subquestitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem **6.6.1** e deverão observar, no que couber, as especificações estabelecidas no subitem **6.5** deste Termo de Referência

6.6.5. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

6.6.6. Subquestito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

6.6.7. Subquestito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

6.6.8. Subquestito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças constantes da relação prevista na alínea “a” deste subitem, que a licitante julgue mais adequadas para corporificar e ilustrar



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem **6.6.8.3** deste Termo de Referência.

6.6.8.1. A descrição mencionada na alínea “a” do subitem **6.6.8** está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

6.6.8.2. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem **6.6.8.3**, a relação mencionada na alínea “a” do subitem **6.6.8** deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais peças.

6.6.8.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem **6.6.8** estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) ‘monstro’ ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e Mídias Digitais, abrangendo todos os formatos de redes sociais e plataformas de conteúdo online;
- d) ‘boneca’ ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

6.6.8.4 As peças gráficas poderão ser impressas em papel A3 ou A4 branco com gramatura mínima de 75 gr/m² e máxima de 120gr/m² em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem **6.5.4**. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

6.6.8.5. Na elaboração de ‘monstro’ ou *leiaute* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

6.6.8.6. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não poderão ser inseridas imagens em movimento

6.6.8.7. O ‘monstro’ ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

6.6.8.8. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante, os quais deverão estar acondicionados em envelope branco, sem marca ou identificação, colados em papel branco A-4.

6.6.8.9 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independentemente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

6.6.8.10. Para facilitar o cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea “a” do subitem **6.6.8** deste Termo de Referência, cada exemplo deverá trazer a indicação do respectivo tipo de peça, a exemplo de cartaz, filme para televisão, spot de rádio, anúncio para revista ou banner para internet.

6.6.8.11 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez) peças, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet, redes sociais e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

6.6.8.11.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea ‘d’ do subitem **6.6.8.11**, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

6.7. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

- I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

6.7.1. Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea “a” do subitem **6.6.8** deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

6.7.1.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral contendo, no mínimo:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação ou plataformas digitais de comunicação;
- c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meio, utilizando-se, para sua apuração, os preços de tabela cheia;
- d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando-se, para sua apuração, os preços de tabela cheia ou, quando inexistentes, os preços simulados pelas plataformas;
- e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação ou plataformas digitais de comunicação;
- f) os valores absolutos e percentuais alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- g) os valores absolutos e percentuais alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
- h) os valores absolutos e percentuais alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias;
- i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia;

6.7.3. Na simulação do plano de mídia:



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão corresponder aos preços de tabela cheia vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não deverão ser incluídos veículos de divulgação que não adotem tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e os custos internos incidentes sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

6.7.1.3.1. Caso o Edital seja republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela mencionados na alínea “a” do subitem 6.7.3 deverão ser aqueles vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

6.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, bem como, se houver, as planilhas e Pl's da Estratégia de Mídia e Não Mídia com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- 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.

6.9. As licitantes deverão inserir no envelope nº 2, um pen drive com toda a sua proposta técnica, inclusive as mídias digitais e peças gráficas, no formato PDF, as quais terão por finalidade, após o conhecimento de autoria, disponibilizar todo material no site para que os interessados possam ter acesso às propostas de outros licitantes.

6.10. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.10.1. O caderno específico mencionado no subitem 6.10 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

6.11. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante deverá apresentar:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.12. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.12.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

6.13.1. A licitante deverá apresentar 06 (seis) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

6.13.1.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

6.13.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 6.12 ou ser apresentadas soltas.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

6.13.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.12 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

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

6.14 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.14.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2

6.15. 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 publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I. deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV. deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

6.15.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem **6.15**. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, nome ou título da campanha, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

6.15.2. Os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de que trata o subitem 6.15 deverão ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2020.

6.15.3. Será permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças publicitárias em cada Relato, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou das características da peça, observadas as seguintes regras:

- I. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 6.14 ou ser apresentadas soltas;
- II. as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem **6.14**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III. para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica contendo a indicação sucinta do problema de comunicação que a peça se propôs a resolver.

6.15.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade estabelecida no subitem 6.15.3, não será computada no limite de páginas previsto no subitem 6.15 para a descrição do respectivo Relato.

7. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste termo de referência e em seus anexos.

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

7.1.3. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

7.1.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:



FLS	

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** e do contexto de sua atuação **(03 pontos)**;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas **(03 pontos)**;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing **(04 pontos)**.

7.1.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da **CONTRATANTE**, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação **(05 pontos)**;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito **(04 pontos)**;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** com seus públicos **(04 pontos)**;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta **(04 pontos)**;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a **CONTRATANTE**, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing **(05 pontos)**;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento **(03 pontos)**.

7.1.6. Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária **(05 pontos)**;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do **CONTRATANTE**, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing **(05 pontos)**;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo **(03 pontos)**;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam **(03 pontos)**;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta **(03 pontos)**;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo **(03 pontos)**;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento **(03 pontos)**.

7.1.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing **(03 pontos)**;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia **(02 pontos)**;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária **(02 pontos)**;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia **(02 pontos)**;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência **(01 ponto)**.

7.1.8 Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um **(03 pontos)**;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** **(04 pontos)**;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** na execução do contrato **(01 ponto)**;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** e a licitante **(01 ponto)**;
- e) a relevância e 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 MUNICIPAL DE PARACATU** **(01 ponto)**.

7.1.9. Repertório



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação **(04 pontos)**;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo **(04 pontos)**;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças **(02 pontos)**.

7.1.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária **(02 pontos)**;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente **(04 pontos)**;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos **(03 pontos)**;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (01 ponto).

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

7.1.12. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação	<i>70 pontos</i>
1.1. Raciocínio Básico: Consiste na demonstração da compreensão da licitante acerca do problema de comunicação apresentado, do contexto institucional, do público-alvo, dos objetivos da campanha e dos desafios a serem enfrentados.	<i>10 pontos</i>
1.2. Estratégia de Comunicação: Apresentação da solução estratégica proposta para atingir os objetivos da campanha, indicando a linha de comunicação, o posicionamento, a abordagem e as ações recomendadas.	<i>25 pontos</i>
1.3. Ideia Criativa: Apresentação do conceito criativo da campanha, demonstrando originalidade, clareza, pertinência, capacidade de comunicação e adequação aos objetivos propostos.	<i>25 pontos</i>
1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: Apresentação do planejamento de utilização dos meios de comunicação e das ações não midiáticas, contendo justificativa da escolha dos canais, distribuição dos investimentos, cobertura, alcance, frequência e estimativa dos resultados esperados.	<i>10 pontos</i>



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

2. Capacidade de Atendimento: Demonstração da estrutura operacional da agência, incluindo equipe técnica, qualificação dos profissionais, instalações, recursos tecnológicos, processos de trabalho e capacidade para atender às demandas da Prefeitura com eficiência e dentro dos prazos estabelecidos.	<i>10 pontos</i>
3. Repertório: Apresentação de trabalhos anteriormente desenvolvidos pela licitante que demonstrem sua experiência, qualidade técnica, criatividade e capacidade de execução de campanhas publicitárias semelhantes ao objeto da contratação.	<i>10 pontos</i>
4. Relatos de Solução de Problemas: Apresentação de casos concretos em que a licitante desenvolveu soluções para problemas de comunicação de clientes, descrevendo o desafio enfrentado, a estratégia adotada, as ações executadas e os resultados alcançados	<i>10 pontos</i>
TOTAL	100

7.1.12.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens **6.13.1** e **6.15** para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima nesses quesitos será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem **7.1.12** deste Termo de Referência.

7.1.13. A pontuação de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

7.1.14. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

7.1.14.1. 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 subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

7.1.15. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.2 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem maiores pontuações, observado o disposto no subitem **7.3** deste Termo de Referência.

7.3 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a)** apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b)** não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c)** obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

7.3.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

7.4. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.5. Modalidade de Aquisição: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL do tipo TÉCNICA E PREÇO, sob o regime da Lei nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei nº 14.133/2021. Os serviços serão executados de forma indireta, sob demanda, mediante ordens de serviço e remunerados conforme as regras de desconto, honorários e demais condições previstas neste Termo de Referência.

7.6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

7.6.1. Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo II e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos,



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

7.6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

7.6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do termo de referência da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo, 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) e superior a 70% (setenta por cento)** em relação aos preços previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.
- b) **percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) e superior a 15% (quinze por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **proporcione** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;
- c) **percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) e superior a 15% (quinze por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não lhe proporcione** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.
- d) **percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) e superior a 15% (quinze por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:
 - I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato.
 - II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

e) **Percentual de honorários inferior a 10% (dez por cento) ou superior a 20% (vinte por cento)**, incidente sobre os preços dos bens, serviços e veiculações contratados com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

- I. à criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- II. à intermediação de veiculação de publicidade em meios, veículos e plataformas digitais de comunicação, quando a respectiva contratação não proporcionar à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
- III. à contratação de soluções de impulsionamento, mídia programática, links patrocinados, anúncios em redes sociais, plataformas de busca e demais soluções digitais de veiculação, quando não houver incidência do desconto de agência;
- IV. a outras soluções tecnológicas de comunicação publicitária compatíveis com o objeto contratual e que não gerem desconto de agência.

7.7. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

7.7.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 7.7 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

7.7.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.



7.8. As formas de remuneração previstas neste Termo de Referência deverão observar a natureza específica de cada serviço, sendo vedada a incidência cumulativa ou sobreposta de remunerações sobre o mesmo serviço, atividade, custo ou fato gerador econômico, admitindo-se a coexistência das formas remuneratórias expressamente previstas quando possuírem fundamentos e bases de incidência distintos.

8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

8.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra proposta, conter condicionante para a execução dos serviços ou apresentar percentuais em desacordo com os limites estabelecidos no subitem **7.6.3**.

8.3. A Nota da Proposta de Preços será apurada mediante a soma dos pontos atribuídos aos quesitos P1, P2, P3, P4 e P5, observadas as seguintes fórmulas:

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTOS (P)
Percentual de desconto sobre os custos internos previstos na alínea “a” do subitem 7.6.3 .	$P1 = 20 \times (D - 30) / 40$
Honorários previstos na alínea “b”.	$P2 = 25 \times (15 - H2) / 10$
Honorários previstos na alínea “c”	$P3 = 15 \times (15 - H3) / 10$
Honorários previstos na alínea “d”	$P4 = 20 \times (15 - H4) / 10$
Honorários previstos na alínea “e”	$P5 = 20 \times (20 - H5) / 10$
Para fins de aplicação das fórmulas: D = percentual de desconto ofertado na alínea “a” do subitem 7.6.3 ; H2 = percentual de honorários ofertado na alínea “b”; H3 = percentual de honorários ofertado na alínea “c”; H4 = percentual de honorários ofertado na alínea “d”; H5 = percentual de honorários ofertado na alínea “e”.	

8.4. A Nota da Proposta de Preços (**NP**) corresponderá à soma dos pontos obtidos nos quesitos previstos no subitem 8.3: **NP = P1 + P2 + P3 + P4 + P5**.

8.4.1. A Nota da Proposta de Preços será expressa em escala de **0 (zero) a 100 (cem) pontos**.

8.5. Será considerada mais vantajosa, para fins do julgamento da Proposta de Preços, a proposta que obtiver a **maior Nota de Preço – NP**.

8.5.1. Em caso de empate na Nota de Preço, será considerada mais vantajosa a proposta que apresentar, sucessivamente:



FLS	

- a) o menor percentual de honorários da alínea “b” do subitem **7.6.3. (P2)**;
- b) o maior percentual de desconto da alínea “a” do subitem **7.6.3. (P1)**;
- c) o menor percentual de honorários da alínea “e” do subitem **7.6.3. (P5)**;
- d) o menor percentual de honorários da alínea “d” do subitem **7.6.3. (P4)**;
- e) o menor percentual de honorários da alínea “c” do subitem **7.6.3. (P3)**.

8.5.2. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o percentual por extenso.

9. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

9.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o **tipo Técnica e Preço**.

9.2 O cálculo da "Nota Final" (NF) dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das Propostas Técnicas e de Preços, apuradas pela utilização da seguinte fórmula:

NF = (0,7 x NT) + (0,3 x NP) Onde:

NF é a Nota Final da licitante;

0,7 é a ponderação da Nota Técnica;

NT é a Nota Técnica da licitante;

0,3 é a ponderação da Nota Preço;

NP é a Nota Preço da licitante.

9.3 A Nota Final terá apenas 02 (duas) casas decimais obtidas da aplicação da operação aritmética acima, não se admitindo arredondamento.

9.4 A classificação dos proponentes far-se-á em ordem decrescente dos valores das Notas Finais, sendo declarada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Final e que restar habilitada.

10. PROCEDIMENTO DE GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

10.1. O contrato ou instrumento equivalente oriundo desta contratação terão como responsáveis:



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

10.1.1. GESTOR DO CONTRATO: ALTANIR NUNES SANTOS JUNIOR, Secretário de Governo, Matrícula nº 13820725-1, e-mail comunicacao@paracatu.mg.gov.br, telefone (38) 3537-3802.

10.1.2. FISCAL ADMINISTRATIVO DO CONTRATO: DIEGO FERREIRA DA FONSECA, Diretor de Comunicação, Portaria nº 0285/2026, e-mail comunicacao@paracatu.mg.gov.br, telefone (38) 3537-3802

10.1.3. FISCAL TÉCNICO DO CONTRATO: PAULO RICARDO GOMES GAMA, Diretor de Comunicação, Portaria nº 0355/2026, e-mail comunicacao@paracatu.mg.gov.br, telefone (38) 3537-3802.

10.2. Compete ao Gestor do Contrato acima identificado exercer a administração do contrato, com atribuições voltadas para o controle das questões documentais da contratação, quais sejam, verificar se os recursos estão sendo empenhados conforme as respectivas dotações orçamentárias, acompanhar o prazo de vigência do contrato, verificar a necessidade e possibilidade da renovação/prorrogação, bem como estudar a viabilidade de realização de reequilíbrio econômico-financeiro e da celebração dos respectivos termos aditivos, etc.

10.3. Compete ao Fiscal Técnico acima identificado exercer a verificação concreta do objeto, devendo o servidor designado verificar a qualidade e procedência da prestação do objeto respectivo, encaminhar informações ao gestor do contrato, atestar documentos fiscais, exercer o relacionamento necessário com a contratada, etc. dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato, e de tudo dará ciência à Administração, bem como a logística dos serviços e controle dos mesmos, a atualização das normas aplicáveis, atualização das licenças e registros necessários para a prestação dos serviços, além de responder tecnicamente quaisquer dúvidas dos prestadores quanto ao descritivo/especificações dos serviços e quaisquer outros questionamentos referente ao objeto em todas as fases do processo licitatório, incluindo as respostas técnicas referente aos pedidos de esclarecimento e de impugnação do Edital.

10.4. O Fiscal Técnico do Contrato anotar em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos funcionários eventualmente envolvidos, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

10.5. Compete ao Fiscal Administrativo do Contrato acima identificado, exercer a parte burocrática da contratação, como o recebimento de documentos inerentes ao



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

objeto, Notas Fiscais, conferência e acompanhamento dos documentos fiscais atualizados do prestador, atesto dos documentos fiscais, informações sobre a mudança de endereço da empresa prestadora, bem como, da mudança de preposto durante a vigência do contrato ou da Ata de Registro de Preços, elaboração das solicitações de empenhamento e encaminhamento das mesmas contendo todas as informações necessárias, juntamente com os documentos devidamente atestados e assinados para o pagamento da despesa, alterações e correções necessárias para o pagamento da Nota Fiscal.

10.6. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade do fornecedor/prestador de serviços, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior, e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da Administração ou de seus agentes e prepostos.

10.7. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

10.8. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

11. DOCUMENTAÇÃO

11.1. Habilitação jurídica, regularidade fiscal e trabalhista e qualificação econômico-financeira, conforme definido pela Superintendência de Suprimentos através do Departamento de Compras e Almoxarifado ou pelo Departamento de Licitações.

11.2. Nos termos do art. 49, III, da LC nº 123/2006, justifica-se a não aplicação da cota, estabelecida no inciso III, art. 48, tendo em vista a complexidade da prestação do serviço, e ainda, por prezar pela padronização dos produtos, não sendo viável mais de uma empresa ser prestadora.

11.3. Participação de Consórcios ou Empresas Estrangeira: não será permitida a participação de empresas reunidas em consórcio. A vedação justifica-se pela natureza integrada e unitária da solução a ser contratada, que exige planejamento, criação, produção, intermediação, supervisão, execução e distribuição das ações publicitárias sob coordenação centralizada e responsabilidade única da agência contratada.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

Verifica-se, ainda, a existência de número suficiente de agências de propaganda individualmente qualificadas e aptas à execução integral do objeto, não se identificando ganho técnico, operacional ou econômico relevante que justifique a formação de consórcios. A participação consorciada poderia acrescentar complexidade à gestão, à definição de responsabilidades e à fiscalização contratual, sem correspondente benefício para a Administração.

11.3.1. Participação de empresas estrangeiras: a participação de empresas estrangeiras observará as condições de habilitação previstas no edital e na Lei nº 14.133/2021, mediante apresentação de documentos equivalentes, acompanhados das traduções e demais formalidades legalmente exigíveis, sem prejuízo do atendimento aos requisitos específicos estabelecidos pela Lei nº 12.232/2010 para a prestação de serviços de publicidade.

11.4. Qualificação Técnica:

11.4.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, bem como a indicação das instalações, do aparelhamento e do pessoal adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, bem como a indicação e qualificação de cada um dos membros da equipe de trabalho que se responsabilizará pelos serviços;

11.4.2. A comprovação de aptidão será feita por atestados fornecidos por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando que o licitante tenha realizado a contento, serviço com característica similar, equivalente ou superior ao exigido. Os atestados deverão conter:

11.4.2.1. Nome empresarial e dados de identificação da instituição emitente ou Pessoa Física (CPF, CNPJ, endereço, telefone, fax, etc.);

11.4.2.2. Local e data de emissão;

11.4.2.3. Nome, cargo, telefone, fax, e-mail e a assinatura do responsável pela veracidade das informações;

11.4.2.4. Comprovação de capacidade de prestação de serviços, nos mesmos moldes e características definidas para o objeto da licitação;

11.4.2.5. Período de prestação de serviço;

11.4.2.6 É admitido o somatório de atestados de capacidade técnica para fins de comprovação da qualificação técnica, desde que, em conjunto, demonstrem a aptidão da licitante para executar serviços compatíveis, em características, quantidades e complexidade, com o objeto desta licitação



FLS	

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

11.5.1. o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

11.5.2. o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pelo(a) Agente de Contratação;

12. OBRIGAÇÃO DAS PARTES

12.1. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

12.1.1. Executar os serviços conforme especificações do Termo de Referência e de sua proposta, com os recursos necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais;

12.1.2 Centralizar o comando da publicidade da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** na cidade de Paracatu/MG, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

12.1.2.1 A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, na cidade de Paracatu/MG, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

12.1.3. Executar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens, de serviços especializados e de veículos de divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

12.1.4. Utilizar, na execução dos serviços objeto deste Contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

12.1.5. Efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços prestados por terceiros até o prazo de 5 (cinco) dias corridos após o efetivo pagamento pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

12.1.6. Indicar, por escrito, um preposto para representá-la em todas as questões relacionadas ao Contrato firmado com a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**

12.1.7. Entregar **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, quando da assinatura do Contrato e sempre que houver alteração, a tabela de preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

12.1.8. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** todas as vantagens obtidas.

12.1.8.1. Pertencem **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

12.1.8.1.1. O disposto no subitem **12.1.8.1.** não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

12.1.8.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

12.1.8.3. A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** 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.

12.1.8.3.2. Negociar sempre as melhores condições de preço para a aquisição dos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e demais obras protegidas pelos direitos



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

autorais e conexos, bem como sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias da CONTRATANTE, observados os limites e as condições estabelecidos na legislação aplicável e neste Termo de Referência.

12.2. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**:

- a) fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- b) só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados na **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, aptos a fornecer à **CONTRATADA**, bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- c) apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- d) exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;
- e) a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- f) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal;
- g) se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;
- h) para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação: “atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

12.2.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

12.2.2. A **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis em outros canais, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

12.2.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

12.2.4. Se e quando julgar conveniente, a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

12.2.5. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

12.2.6. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

12.2.7. As disposições dos subitens anteriores não se aplicam à compra de mídia

12.3. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados à prévia e expressa anuência da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

12.3.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

- a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

b) algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

12.4. Obter a autorização prévia da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

12.4.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

12.4.2. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia.

12.4.3. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta relativo ao Marco Civil da Internet, evitando veículos que promovam conteúdo ilegal, violência, *fake news* ou pornografia.

12.5. Apresentar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** plano de mídia ou estudo prévio (conforme art. 15 da Lei nº 12.232/2010) sobre a possibilidade de obtenção de relatórios de checagem de veiculação por empresa independente.

12.5.1. O estudo mencionado deve considerar a negociação global entre as partes, com vigência de 12 (doze) meses, devendo ser renovado sucessivamente ou atualizado em caso de fato superveniente.

12.6. Encaminhar, sempre que solicitado e sem ônus, cópia de peças produzidas nos formatos digitais adequados (TV, Cinema, Internet, Rádio e Impressos).

12.7. Manter acervo comprobatório dos serviços por no mínimo 05 (cinco) anos após a extinção do contrato.

12.8. Orientar a produção/impressão de peças gráficas e tomar providências imediatas em caso de alterações ou cancelamentos determinados pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

12.9. Prestar esclarecimentos sobre fatos desabonadores, não utilizar o contrato como garantia financeira e manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação (incluindo as normas da Lei nº 14.133/2021 e Lei nº 12.232/2010).

12.10. Reparar ou substituir serviços com vícios ou defeitos no prazo máximo de 04 (quatro) horas.

12.11. Responsabilizar-se integralmente por:

12.11.1. Danos materiais e morais causados por prepostos ou empregados;

12.11.2. Obrigações trabalhistas, previdenciárias e tributárias;

12.11.3. Sigilo absoluto sobre informações estratégicas da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**;

12.10.4. Proibição de utilização de trabalho de menor.

12.12. Adotar boas práticas de sustentabilidade ambiental (art. 5º da Lei nº 14.133/2021).

12.13. Entregar relatório de despesas ao final de cada campanha e assegurar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** os direitos autorais e patrimoniais decorrentes da execução contratual, observadas as condições estabelecidas no item 18 deste Termo de Referência.

12.14. Atender aos fornecedores sobre faturamento e apresentar tabelas de preços dos veículos de comunicação antes da escolha das mídias.

12.15. Apresentar ao órgão competente da Prefeitura, antes da escolha dos veículos de comunicação a serem utilizados, as tabelas de preços em vigor desses veículos.

13. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

13.1. Proporcionar todas as condições para que a CONTRATADA possa desempenhar seus serviços de acordo com as determinações do Contrato, do Edital e seus Anexos, especialmente do Termo de Referência;

13.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;

13.3. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

13.4. Notificar a CONTRATADA por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção;

13.5. Pagar à CONTRATADA o valor resultante da prestação do serviço, na forma do contrato;

13.6. Zelar para que durante toda a vigência do contrato sejam mantidas, em compatibilidade com as obrigações assumidas pela CONTRATADA, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

13.7. Divulgar, em sítio próprio aberto para o Contrato na rede mundial de computadores, as informações sobre a execução do Contrato com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados;

13.7.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

14. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

14.1. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, **3 (três) membros** que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

14.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) nomes, sendo observada a proporção mínima de 1/3 (um terço), de membros sem vínculo com a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, nos termos da lei nº12.232/2010.

14.3. Os nomes remanescentes da relação, após o sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica, serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

14.4. Para a composição da relação prevista no item 14.2, a Comissão de Contratação deverá solicitar aos possíveis membros da Subcomissão Técnica a comprovação do atendimento aos requisitos de qualificação estabelecidos no item 14.1 deste Termo de Referência.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

14.4.1. dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

14.5. A relação dos nomes referidos no item **14.2** será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial do Município, juntamente com a data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, a qual deverá ocorrer em prazo não inferior a 10 (dez) dias após a publicação.

14.6. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, observada a proporcionalidade entre os membros que mantenham e os que não mantenham vínculo funcional ou contratual com a CONTRATANTE, nos termos dos itens **14.1 e 14.2** deste Termo de Referência.

14.7. A relação prevista no item **14.2** deste Termo de Referência conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a CONTRATANTE.

14.8. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item **14.2**, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

14.9. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

14.10. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

14.11. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior ao mínimo exigido no item **14.2**.

14.11.1. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

14.12. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item **14.5** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

15. SANÇÕES APLICÁVEIS

15.1. A licitante contratada será responsabilizada administrativamente pelas seguintes infrações:



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- 15.1.1.** Dar causa à inexecução parcial do contrato;
- 15.1.2.** Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- 15.1.3.** Dar causa à inexecução total do contrato;
- 15.1.4.** Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- 15.1.5.** Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- 15.1.6.** Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- 15.1.7.** Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- 15.1.8.** Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- 15.1.9.** Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- 15.1.10.** Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 15.1.11.** Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 15.1.12.** Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.
- 15.2.** Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas as seguintes sanções:
 - 15.2.1.** Advertência;
 - 15.2.2.** Multa;
 - 15.2.3.** Impedimento de licitar e contratar;
 - 15.2.4.** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 15.3.** Na aplicação das sanções serão considerados:
 - 15.3.1.** A natureza e a gravidade da infração cometida;
 - 15.3.2.** As peculiaridades do caso concreto;
 - 15.3.3.** As circunstâncias agravantes ou atenuantes;
 - 15.3.4.** Os danos que dela provierem para a Administração Pública;
 - 15.3.5.** A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

15.4. A sanção prevista no item **15.2.1** será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no item **15.1.1** quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

15.5. A sanção prevista no item **15.2.2**, calculada na forma do edital ou do contrato, não poderá ser inferior a 0,5% nem superior a 30% do valor do contrato e será aplicada ao responsável por qualquer das infrações previstas no item **15.1**.

15.6. A sanção prevista no item **15.2.3** será aplicada pelas infrações dos itens **15.1.2** a **15.1.7**, quando não se justificar penalidade mais grave, impedindo o responsável de licitar/contratar no âmbito do ente federativo por até 3 (três) anos.

15.7. A sanção prevista no item **15.2.4** será aplicada pelas infrações dos itens **15.1.8** a **15.1.12**, bem como pelas infrações dos itens **15.1.2** a **15.1.7** que justifiquem gravidade maior, impedindo o responsável de licitar/contratar em todos os entes federativos por prazo de 3 (três) a 6 (seis) anos.

15.8. A sanção prevista no item **15.2.4** será precedida de análise jurídica e, no Poder Executivo, será de competência exclusiva de secretário municipal.

15.9. As sanções dos itens **15.2.1**, **15.2.3** e **15.2.4** poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (**15.2.2**).

15.10. Se a multa e indenizações forem superiores ao pagamento devido, a diferença será descontada da garantia ou cobrada judicialmente.

15.11. A aplicação das sanções não exclui a obrigação de reparação integral do dano.

15.12. Na aplicação da multa (**15.2.2**), será facultada defesa no prazo de 15 (quinze) dias úteis.

15.13. A aplicação dos itens **15.2.3** e **15.2.4** dependerá de processo de responsabilização por comissão de 2 (dois) ou mais servidores estáveis, com prazo de defesa de 15 (quinze) dias úteis.

15.14. Havendo novas provas, o contratado poderá apresentar alegações finais em 15 (quinze) dias úteis.

15.15. A prescrição ocorrerá em 5 (cinco) anos, sendo:

15.15.1. Interrompida pela instauração do processo referido no item **15.13**;

15.15.2. Suspensa por acordo de leniência ou decisão judicial.

15.16. Infrações da Lei 14.133/21 que também sejam atos lesivos da Lei 12.846/13 serão apuradas conjuntamente.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

15.17. A personalidade jurídica poderá ser desconsiderada em caso de abuso de direito ou confusão patrimonial, estendendo sanções a sócios administradores e empresas coligadas.

15.18. O Poder Executivo deve, em 15 (quinze) dias úteis, informar os dados das sanções ao CEIS, CNEP e Cadastro Municipal.

15.19. O atraso injustificado sujeitará o contratado a multa de mora.

15.20. A multa de mora pode ser convertida em compensatória com a extinção unilateral do contrato.

15.21. A reabilitação é admitida mediante:

15.21.1. Reparação integral do dano;

15.21.2. Pagamento da multa;

15.21.3. Transcurso do prazo mínimo (1 ano para impedimento; 3 anos para inidoneidade);

15.21.4. Cumprimento das condições do ato punitivo;

15.21.5. Análise jurídica prévia conclusiva;

15.21.6. Implantação/aperfeiçoamento de programa de integridade (para os casos dos itens **15.1.8** e **15.1.12**).

16 - CONDIÇÕES E FORMA DE PAGAMENTO

16.1. O pagamento será efetuado em PARCELAS PROPORCIONAIS A ENTREGA DOS PRODUTOS por meio de ordem bancária emitida por processamento eletrônico, a crédito do beneficiário em conta bancária a ser indicada pela contratada em sua proposta, conforme prazo definido no Decreto Municipal nº 7088/24 a partir da data do recebimento definitivo, com base na(s) Nota(s) Fiscal(is), devidamente conferidos e aprovados pelo CONTRATANTE.

Art. 3º Os prazos para liquidação e pagamento, exceto se impostas condições específicas para a aplicação de recursos decorrentes de transferências voluntárias, serão limitados, em regra, a:

I - 05 (cinco dias) úteis para a liquidação da despesa, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pelo órgão contratante;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

II 15 (quinze dias) úteis para pagamento, a contar da liquidação da despesa e consequente assinatura da ordem de pagamento pela autoridade competente.

16.2. A PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela **CONTRATADA**, inclusive por terceiros, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização.

16.3. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:

- I. execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens de faturamento deste item;
- II. intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança correspondentes;
- III. bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança;
- IV. veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do subitem **16.7.III**.

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

16.3.2. É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.

16.3.2.1. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

16.4. A nota fiscal de quaisquer fornecedores será emitida em nome da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** e entregue aos cuidados da **CONTRATADA** para



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

faturamento, o que não significa ruptura da relação entre a CONTRATADA e seus fornecedores.

16.5. Todos os serviços contratados deverão ser faturados pela CONTRATADA.

16.6. A CONTRATADA deverá discriminar em sua nota fiscal o nome e o número da nota fiscal do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados.

16.7. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso IV do subitem **16.3**, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, os seguintes comprovantes:

I. Revista: exemplar original;

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

III. demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos deste TR, perante a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, a impossibilidade de fazê-lo.

16.7.1. Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

aa) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

b) Como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'aa' deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

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

d) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

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

f) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça.

16.8. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas do subitem anterior serão estabelecidas formalmente pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

16.9. A CONTRATADA deverá apresentar a mesma documentação constante do item **16.7.1** de todas as empresas subcontratadas para prestação dos serviços.

16.10. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

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

16.11. A **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

16.12. A **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

16.13. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 5 (cinco) dias após o recebimento da ordem bancária da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, pela agência bancária pagadora.

16.14. A CONTRATADA informará à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** e encaminhará relatório até o dia 20 de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

16.14.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

16.15. O não cumprimento do disposto nos subitens **16.13** e **16.14** ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

16.15.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

16.15.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem anterior, a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

16.15.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

16.16. Sobre o valor devido ao contratado, a Administração efetuará as retenções tributárias cabíveis.

16.17. Quanto ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), será observado o disposto na Lei Complementar nº 116, de 2003, e legislação municipal aplicável.

16.18. É vedado ao contratado transferir a terceiros os direitos ou créditos decorrentes do contrato.

16.19. As notas fiscais devem ser emitidas de acordo com as regras de retenção especificadas na Instrução Normativa nº 2.145/2023 da Receita Federal, sob pena de não serem aceitas pelo **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

16.20. Juntamente com a Nota Fiscal/Fatura, a CONTRATADA deve apresentar cópias dos comprovantes de recolhimento dos encargos previdenciários relacionados ao pessoal alocado na execução do objeto do Contrato, sem os quais os pagamentos não serão efetuados.

16.21. Deverá ser respeitado o que determina o Decreto Municipal nº 7.088/2024, que regulamenta a ordem cronológica de pagamentos das obrigações relativas ao fornecimento de bens, locações, prestação de serviços e realização de obras, no âmbito da Administração Pública direta e fundacional do Poder Executivo.

16.22. Deverá ser respeitado o que determina o Decreto Municipal nº 6827/2023, retenção do Imposto de Renda incidente na fonte sobre valores pagos pelo Município de Paracatu a pessoas físicas e jurídicas contratadas para a prestação de bens ou serviços.

17. DA REMUNERAÇÃO

17.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

17.1.1. Desconto de% (..... por cento) sobre os custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

17.1.1.1. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais e com os preços correspondentes a serem cobrados da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

17.1.1.2. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

17.1.2. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

17.1.3. Honorários de% (por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

17.1.4. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

- **a)** ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;
- **b)** à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- **c)** à reimpressão de peças publicitárias.

17.1.4.1. Para fins do disposto na alínea "c" do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

17.1.5. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens, serviços e veiculações contratados com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

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

II – à intermediação de veiculação de publicidade em meios, veículos e plataformas digitais de comunicação, quando a respectiva contratação não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

III – à contratação de soluções de impulsionamento, mídia programática, links patrocinados, anúncios em redes sociais, plataformas de busca e demais soluções digitais de veiculação, quando não houver incidência do desconto de agência;

IV – a outras soluções tecnológicas de comunicação publicitária compatíveis com o objeto contratual e que não gerem desconto de agência.

17.2. Os honorários de que tratam os subitens **17.1.2, 17.1.3, 17.1.4 e 17.1.5** serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

17.3. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

17.3.1. Quando houver a autorização excepcional da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

17.4. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

17.5. Em observância ao art. 25, § 7º da Lei nº 14.133/2021, os percentuais de honorários e descontos estabelecidos "neste Termo de Referência permanecerão fixos e inalterados pelo período de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do contrato, aplicando-se tal regra de forma compatibilizada com a legislação especial que rege a contratação de serviços de publicidade (Lei nº 12.232/2010). Findo esse período, será admitido reajuste nas hipóteses previstas em lei e nas condições estabelecidas neste instrumento.



FLS	

18. DIREITOS AUTORAIS

18.1. A **CONTRATADA** cede à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias, incluídos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua titularidade, bem como aqueles produzidos por seus empregados ou prepostos em decorrência da execução contratual, observadas, quanto aos direitos pertencentes a terceiros contratados, as condições estabelecidas nos subitens seguintes.

18.2. O valor da cessão dos direitos de titularidade da **CONTRATADA** será considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no Contrato firmado entre a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU e a CONTRATADA**.

18.3. A **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** poderá, a seu juízo, utilizar os direitos que lhe forem cedidos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus adicional perante a **CONTRATADA**, seus empregados ou prepostos, observadas, quanto aos direitos de terceiros contratados, as condições estabelecidas nos respectivos atos de cessão.

18.4. Nas contratações que envolvam direitos pertencentes a terceiros contratados, a **CONTRATADA**, mediante prévia definição da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, deverá solicitar, quando aplicável, dois orçamentos para a execução do serviço: um contemplando a cessão dos direitos por tempo limitado e outro contemplando a cessão total e definitiva, para que a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** escolha a opção mais adequada.

18.4.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e demais obras protegidas por direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, devendo constar do instrumento de cessão, orçamento ou contrato cláusula pela qual o terceiro contratado assegure a cessão pelo prazo mínimo definido pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**.

18.4.2. Quando a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** optar pela execução dos serviços com cessão total e definitiva, a **CONTRATADA** deverá fazer constar dos ajustes celebrados com terceiros contratados cláusulas escritas que:

a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, dos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e demais obras protegidas por direitos autorais ou conexos, aí incluídos a produção e direção, composição, arranjo e execução de trilha sonora, matrizes, arquivos digitais e demais trabalhos assemelhados;

b) estabeleçam que a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

c) estabeleçam que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão definitiva ou por tempo limitado será considerada incluída no respectivo custo de produção.

18.5. A CONTRATADA deverá fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos relativos a cachês, à cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas às peças e à cessão dos demais direitos autorais e conexos.

18.6. A CONTRATADA deverá fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens e outras produções que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) que a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** poderá solicitar até duas cópias de todo o material bruto produzido, em meio digital ou eletrônico indicado pela **CONTRATANTE**;
- b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, que poderá, a seu juízo, utilizá-los diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;
- c) que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será considerada incluída no custo de produção.

18.7. A PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU será proprietária dos resultados oriundos da execução do Contrato, sejam eles passíveis ou não de proteção por direitos de propriedade intelectual, observados os direitos de terceiros preexistentes e as condições de cessão previstas neste Termo de Referência.

18.8. É assegurada à PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU a titularidade sobre os resultados passíveis de proteção por direitos de propriedade intelectual decorrentes da execução do objeto contratual, respeitados os direitos pertencentes à CONTRATADA ou a terceiros anteriormente à contratação, bem como as condições estabelecidas nos respectivos instrumentos de cessão.

18.9. É assegurada à PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU a utilização e exploração dos direitos patrimoniais e conexos sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual que importem em direitos autorais, observadas as



FLS	

condições de cessão estabelecidas neste Termo de Referência e nos respectivos instrumentos firmados com terceiros.

18.10. A **CONTRATADA** deverá entregar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, quando da cobrança das peças correspondentes, os originais ou documentos eletrônicos equivalentes de todos os atos de cessão de direitos autorais relacionados aos ajustes celebrados com terceiros contratados.

19. DA CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES, SERVIÇOS ESPECIALIZADOS E TERCEIROS

19.1. A **CONTRATADA** poderá contratar fornecedores de bens e serviços especializados necessários à execução das atividades complementares previstas no § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, observadas as condições estabelecidas no Termo de Referência, no Edital e no Contrato.

19.1.1. Sempre que a contratação de fornecedor de bens ou serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a **CONTRATADA** procederá à coleta de, no mínimo, 03 (três) orçamentos, dentre fornecedores que atuem no ramo pertinente ao objeto da contratação.

19.2. Os serviços executados por fornecedores contratados deverão ser coordenados e programados pela **CONTRATADA**, de modo a assegurar a adequada execução do objeto contratual.

19.3. Qualquer problema decorrente da execução dos serviços por fornecedores contratados será solucionado pela **CONTRATADA**, não decorrendo responsabilidade para a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, mesmo que haja ônus para a **CONTRATADA** ou para o fornecedor contratado.

19.4. A **CONTRATADA** será, perante a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, responsável pelos serviços executados pelos fornecedores contratados, não podendo transferir a terceiros as responsabilidades decorrentes das obrigações estabelecidas no Edital, no Termo de Referência e no Contrato.

20. DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

20.1. A **CONTRATADA**, de posse de quaisquer dados da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** que lhe forem repassados por força deste contrato e que estejam devidamente protegidos pela Lei nº 13.709/2018 e demais normas aplicáveis, não poderá divulgá-los e/ou transmiti-los a terceiros sem as devidas autorizações por parte da **CONTRATANTE**, em quaisquer circunstâncias, ou ainda, dos respectivos titulares.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

20.2. A CONTRATADA obriga-se, ainda, a observar todas e quaisquer normas e/ou orientações expedidas pela autoridade competente prevista na Lei nº 13.709/2018, bem como alterações posteriores, competindo-lhe, também, informar o nome e dados de contato da pessoa que ficará encarregada pela proteção de dados em seu estabelecimento.

20.3. A CONTRATADA compromete-se a comunicar imediatamente à PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU qualquer incidente de segurança ou vazamento de dados pessoais tratados em razão da execução do contrato, fornecendo todas as informações necessárias à adoção das medidas legais, administrativas e técnicas cabíveis.

20.4. Na hipótese de descumprimento, pela **CONTRATADA**, de quaisquer das responsabilidades previstas neste item ou das disposições da Lei nº 13.709/2018, ficará sujeita às sanções administrativas cabíveis, sem prejuízo do dever de ressarcir a **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** por eventuais prejuízos, despesas ou sanções decorrentes de atos ou omissões imputáveis à CONTRATADA.

21 - PRAZO DE VIGÊNCIA

21.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, em razão da natureza continuada dos serviços.

21.2. A prestação dos serviços enquadra-se como serviço contínuo, por atender a uma necessidade permanente e recorrente da Administração Pública Municipal, consistente na execução de ações de publicidade institucional indispensáveis à divulgação de atos, programas, obras, serviços, campanhas e informações de interesse coletivo, com caráter educativo, informativo e de orientação social. A necessidade renova-se ao longo do tempo e exige execução continuada, sob demanda, não se compatibilizando com contratação episódica ou isolada. A eventual vigência plurianual, mediante prorrogação, mostra-se mais vantajosa por assegurar a continuidade da estratégia de comunicação institucional, a padronização das entregas, a preservação da memória operacional do contrato, o ganho de eficiência administrativa e a mitigação dos custos de transição decorrentes de sucessivas substituições contratuais.

22 - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

22.1. As despesas serão suportadas por dotações do orçamento municipal vigente, nas seguintes programações: 02.01.01.04.131.0019.2245. 3.3.90.39.00 - Ficha 86 – Fonte 1.500.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

23 - ORIGEM DOS RECURSOS:

23.1 (x) Recursos próprios;

Paracatu-MG, 16 de setembro de 2026.

Documento assinado digitalmente
gov.br PAULO RICARDO GOMES GAMA
Data: 21/09/2026 10:36:17-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

PAULO RICARDO GOMES GAMA
Fiscal Técnico do Contrato
Diretor de Departamento

ALTANIR NUNES SANTOS JUNIOR
Gestor do Contrato
Secretário de Governo



FLS	

ANEXO I – BRIEFING

BRIEFING DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA

1. TEMA CENTRAL

"Orgulho de ser Paracatuense: Raízes e Identidade"

2. INTRODUÇÃO E CONTEXTO

O presente briefing tem por objetivo orientar as agências de publicidade, interessadas em participar do processo licitatório da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU**, especialmente no que se refere à simulação de campanha solicitada nas orientações e exigências relativas à proposta técnica deste termo de referência.

A história de Paracatu remonta ao século XVIII, consolidando-se em 1744 com a descoberta de ricas jazidas de ouro que deram origem ao Arraial de São Luís e Santana de Paracatu. Diferente de outros polos mineradores, Paracatu surgiu como um ponto estratégico de convergência entre os estados de Minas Gerais, Goiás e Bahia, tornando-se um centro administrativo e comercial vital para a Coroa Portuguesa no sertão mineiro.

O núcleo histórico da cidade, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), é um testemunho vivo desse passado glorioso. Suas ruas estreitas e o casario colonial preservado não são apenas monumentos, mas o cenário onde pulsa a identidade do povo paracatuense. Tradições seculares, como as Caretagens (manifestação folclórica única de matriz africana), as festas religiosas e a renomada cultura das Quitandas (com destaque para o pão de queijo e os biscoitos que renderam à cidade o título de Capital Mundial do Pão de Queijo), formam o alicerce cultural que define o orgulho local.

Dados Demográficos e Socioeconômicos (Realidade 2026):

- **População Atualizada:** De acordo com o Censo IBGE 2022, Paracatu conta com **94.023 habitantes**, com uma projeção estimada para 2026 de aproximadamente **95.500 habitantes**, consolidando-se como a maior cidade e polo de serviços do Noroeste Mineiro.
- **Extensão Territorial:** É um dos maiores municípios de Minas Gerais em área (8.229 km²), o que exige uma comunicação capilarizada que atinja tanto o centro urbano quanto as vastas comunidades rurais.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- **Economia Pujante:** Baseada em um tripé sólido: **Mineração de Ouro e Zinco** (referência mundial), **Agronegócio** de alta tecnologia (soja, milho e feijão) e um **Comércio** regional forte.
- **Localização Estratégica e Integração Nacional:** A posição geográfica de Paracatu é um de seus maiores diferenciais competitivos e motivo de orgulho para sua gente. Situada em um entroncamento logístico vital, a cidade encontra-se a apenas **234 km de Brasília/DF**, conectada diretamente pela BR-040. Essa proximidade com a Capital Federal insere o município em um eixo de desenvolvimento acelerado, facilitando o intercâmbio econômico, cultural e institucional com o centro do poder nacional. Somado aos seus limites com importantes municípios mineiros (Guarda-Mor, Unaí, João Pinheiro, Lagoa Grande e Vazante) e goianos (Ipameri, Cristalina, Campo Alegre e Catalão), Paracatu consolida-se como um hub estratégico que une a tradição secular do Noroeste de Minas ao dinamismo do Planalto Central."

Ao longo dos séculos, Paracatu evoluiu de um entreposto colonial para a principal metrópole regional do Noroeste de Minas. Hoje, a cidade é um gigante econômico que equilibra a herança histórica com o protagonismo na mineração de escala mundial (ouro e zinco) e uma das fronteiras agrícolas mais produtivas do Brasil (soja, milho e feijão).

A comunicação pública da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU** em 2026 deve ser o elo entre esse passado de tradição e o futuro de inovação. O cidadão paracatuense é consciente de sua história e exige uma gestão que respeite suas raízes enquanto promove o desenvolvimento. A campanha "Orgulho de ser Paracatuense" deve, portanto, utilizar a história da cidade como o fio condutor para uma narrativa de transparência, onde cuidar do patrimônio e da gente é a maior prova de uma administração eficiente.

3. OBJETIVOS DA CAMPANHA

O plano de comunicação a ser apresentado pelas licitantes deve buscar o equilíbrio entre a emoção do resgate histórico e a clareza da prestação de contas pública, focando nos seguintes pilares:

- I. **Resgate e Valorização da Identidade:** Enaltecer as raízes culturais que formam a alma de Paracatu. A agência deve demonstrar como utilizar elementos icônicos — as **Caretagens**, a culinária típica e as **quitandas** (Capital Mundial do Pão de Queijo), o **casario colonial** (tombado pelo IPHAN) e as tradicionais festas religiosas — para criar uma conexão imediata com o cidadão.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- II. **Fortalecimento do Sentimento de Pertença:** Consolidar o orgulho de viver em Paracatu, transformando a percepção do desenvolvimento urbano em uma conquista coletiva. O objetivo é mostrar que o crescimento da cidade não apaga o passado, mas o valoriza.
- III. **Transparência e Prestação de Contas (*Accountability*):** Demonstrar, de forma pedagógica, clara e objetiva, que os recursos públicos são geridos com eficiência para preservar o patrimônio e financiar o futuro. A transparência deve ser apresentada como o instrumento que garante a continuidade das tradições e a melhoria dos serviços públicos (saúde, educação e infraestrutura).
- IV. **Estímulo ao Engajamento e Participação Popular:** Fomentar a cidadania ativa, incentivando o uso dos canais oficiais (Ouvidoria, Portal da Transparência e Consultas Públicas). O objetivo é que o cidadão entenda que sua participação é o que garante uma gestão democrática e conectada com as necessidades reais da população.

4. PÚBLICO-ALVO

Para a eficácia da campanha "**Orgulho de ser Paracatuense**", a comunicação deve ser segmentada em dois grandes grupos, garantindo que a mensagem de raízes e transparência chegue tanto ao morador local quanto aos parceiros regionais e nacionais.

4.1. Público Primário (Foco Interno - Sentimento de Pertença):

- **Cidadãos Paracatuenses:** Abrange os cerca de 95.500 habitantes (estimativa 2026), residentes tanto na **zona urbana** quanto na extensa **zona rural** do município.
- **Diversidade Geracional:** Público mais idoso e tradicionalista, que detém a memória oral, os segredos das quitandas e a devoção às festas religiosas e caretagens.
- **Jovens Conectados:** Público que busca inovação, mas que precisa ser reconectado às suas raízes por meio de linguagens digitais e modernas (redes sociais e novas tecnologias).
- **Servidores Públicos:** Agentes fundamentais para a engrenagem da transparência e execução das políticas municipais.

4.2. Público Secundário (Foco Externo - Atratividade e Regionalismo):

- **Microrregião Noroeste:** Habitantes dos **9 municípios vizinhos** (Brasilândia de Minas, Guarda-Mor, João Pinheiro, Lagamar, Lagoa Grande, Presidente



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

Olegário, São Gonçalo do Abaeté, Varjão de Minas e Vazante) que utilizam Paracatu como seu principal polo de saúde, educação, comércio e serviços.

- **Investidores e Empresários:** Líderes do **agronegócio** e da **mineração** que buscam em Paracatu um ambiente de segurança jurídica, desburocratização e infraestrutura logística.
- **Turistas e Visitantes:** Pessoas atraídas pelo patrimônio histórico, gastronomia e ecoturismo.
- **Eixo Brasília/DF:** Devido à proximidade (234 km via BR-040), a campanha deve atingir o público da Capital Federal que transita pela região, reforçando Paracatu como um destino de tradição e um porto seguro para investimentos no Noroeste Mineiro.

5. DESAFIO CRIATIVO

5.1. O Dilema Central: Paracatu vive um momento de dualidade: é uma cidade com quase 300 anos de história colonial, mas que hoje opera como um hub tecnológico do agronegócio e da mineração, fortemente influenciada pela proximidade com a capital federal (Brasília).

5.2. O Problema a ser resolvido pelas agências: As licitantes deverão apresentar uma solução de comunicação que responda tecnicamente à seguinte provocação:

"Como utilizar o 'Orgulho de ser Paracatuense' — baseado no resgate das nossas raízes, gastronomia e patrimônio — como o fio condutor para uma prestação de contas (accountability) moderna, transparente e eficiente, que conecte o cidadão do centro urbano, da zona rural e os vizinhos da região às políticas públicas e serviços oferecidos pelo município?"

6. DIRETRIZES DE FORMA E CONTEÚDO

A estética e o discurso da campanha devem refletir o brio do povo de Paracatu, fugindo de clichês publicitários e adotando uma postura de verdade e transparência.

- **Linguagem:** Clara, direta e acessível a todas as camadas sociais. Deve-se evitar o "juridiquês" ou o tom excessivamente técnico/institucional. A mensagem deve ser palatável, explicando as ações do governo como benefícios reais para a vida do cidadão.
- **Tom de Voz:** Inspirador, autêntico, humano e, acima de tudo, fidedigno à realidade local. Deve transmitir a hospitalidade mineira e a seriedade da gestão.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

- **Identidade Visual:** Deve dialogar obrigatoriamente com a estética da cidade. As propostas devem utilizar referências ao **patrimônio histórico (casario, igrejas)**, cores que remetam à terra e ao brio cultural (caretagens).

7. VERBA E PRAZO

- Para exercício do plano de comunicação da campanha simulada, a verba referencial será **R\$ 380.000,00 (trezentos e oitenta mil reais)** este valor deve contemplar custos de produção (foto, vídeo, artes) e compra de mídia.
- A campanha deverá ter duração máxima de 60 dias.

8. MEIOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site - www.paracatu.mg.gov.br
- Instagram – [prefeituradeparacatu](https://www.instagram.com/prefeituradeparacatu)
- Facebook - Prefeitura de Paracatu
- Youtube - [prefeituradeparacatu](https://www.youtube.com/c/prefeituradeparacatu)

9. LINKS ÚTEIS

Manual da Marca (Prefeitura de Paracatu)

(https://www.paracatu.mg.gov.br/arquivos/manual_da_marca_paracatu_18051021.pdf)



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA

À Comissão de Contratação
Referente à Concorrência nº XX/2026 – Contratante

1. Preços sujeitos a valoração

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

- a) Desconto a ser concedido à CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais: _____ %
(..... **por cento**);
- b) Honorários a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição **nos proporcione** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965: _____ % (..... **por cento**);
- c) Honorários a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição **não nos proporcione** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965: _____ % (..... **por cento**);
- d) Honorários a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes aos seguintes serviços: _____ % (..... **por cento**):
- I. planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto pesquisas de pré-testes;
 - II. renovação de direitos autorais e conexos e cachês, na reutilização de peças ou materiais publicitários, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - III. reimpressão de peças publicitárias.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

e) Honorários a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens, serviços e veiculações contratados com a intermediação e supervisão da licitante, referentes aos seguintes serviços: _____ % (..... **por cento**):

- I. criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- II. intermediação de veiculação de publicidade em meios, veículos e plataformas digitais de comunicação, quando a respectiva contratação não nos proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
- III. contratação de soluções de impulsionamento, mídia programática, links patrocinados, anúncios em redes sociais, plataformas de busca e demais soluções digitais de veiculação, quando não houver incidência do desconto de agência;
- IV. outras soluções tecnológicas de comunicação publicitária compatíveis com o objeto contratual e que não gerem desconto de agência.

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de **(por extenso) dias corridos**, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no Edital.

2. Declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (**Anexo XX**).

2.2 Estamos cientes de que a CONTRATANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do art. 15, parágrafo único, da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (**Anexo XX**).



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARACATU - MINAS GERAIS
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

FLS	

2.5 Declaramos que até a presente data inexistem fatos impeditivos para nossa habilitação, nos termos do art. 63 da Lei nº 14.133/2021, estando cientes da obrigatoriedade de declarar ocorrências supervenientes.

2.6 Declaramos que não empregamos menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menores de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, conforme estabelecido no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal e art. 68, VI, da Lei nº 14.133/2021.

2.7 Declaramos que cumprimos as exigências legais de reserva de cargos para pessoas com deficiência e reabilitados da Previdência Social.

2.8 Declaramos, para os fins do art. 1º, III e IV, e art. 5º, III, da Constituição Federal, que não possuímos em nossa cadeia produtiva empregados em condições análogas ao trabalho escravo, degradante ou forçado.

2.9 Declaramos, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que a presente proposta foi elaborada de forma independente, não tendo seu conteúdo sido informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência, nem da Administração Pública, antes da abertura oficial das propostas.

Local e data

Nome completo da licitante Nome, cargo e assinatura dos representantes legais