



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

## **TERMO DE REFERÊNCIA**

### **Solicitações de Compras:**

**863/2024 – Secretaria Municipal de Cultura e Comunicação Institucional**

**866/2024 – Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Turismo**

**886/2024 – Secretaria Municipal de Saúde**

**896/2024 – Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social**

**892/2024 – Secretaria Municipal de Gestão Pública**

**906/2024 – Secretaria Municipal de Educação**

### **1- DO OBJETO**

1.1. Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade a veículos e demais meios de divulgação.

1.2. Os serviços a serem contratados envolvem criação intelectual, planejamento estratégico, concepção artística e técnica, além de execução integrada de campanhas, o que exige expertise da contratada e não pode ser comparado por critérios objetivos, não se tratando, portanto, de serviços comuns. Trata-se de serviço técnico especializado, de natureza predominantemente intelectual, regido por legislação específica (Lei Federal n.º 12.232/2010), objetivando, assim, garantir qualidade, transparência e adequação às necessidades de comunicação institucional.

1.3. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de luxo, conforme Decreto Municipal n.º 12.464/2022.

1.4. Está sendo providenciada solicitação de alteração do Plano de Contratações Anual de 2026 para a inclusão da contratação pretendida.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

1.5. O presente termo de referência tem como base legal a Lei Federal n.º 12.232/2010, aplicando-se de forma subsidiária a Lei Federal n.º 14.133/2021.

## **2 – DOS FUNDAMENTOS DA CONTRATAÇÃO**

2.1. A contratação de agência de publicidade especializada é medida necessária, proporcional e adequada para suprir a lacuna técnica verificada no Estudo Técnico Preliminar, garantir o cumprimento do dever constitucional de publicidade, atender às exigências legais aplicáveis e assegurar comunicação pública profissional, integrada e eficiente em benefício dos cidadãos de Pará de Minas. Somado a isto, tem-se a necessidade de providenciar a continuidade dos serviços de publicidade já contratados por este município.

2.2. A complexidade das campanhas públicas modernas — que exigem planejamento estratégico, produção multimídia, veiculação em múltiplos canais, mensuração de resultados e inovação tecnológica — demanda conhecimento técnico e estrutura que não se encontram disponíveis no quadro permanente do município. Assim, a contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação integrada dos serviços de estudo, planejamento estratégico de comunicação, conceituação, criação, produção interna, intermediação e supervisão de execução externa, veiculação e distribuição em veículos e demais meios, conforme as necessidades da Prefeitura.

2.3. A contratação encontra amparo no princípio constitucional da publicidade, previsto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, que impõe à Administração o dever de divulgação de seus atos, programas, obras e serviços com caráter educativo, informativo ou de orientação social. Além disso, os serviços pretendidos enquadram-se na definição de publicidade prevista na Lei n.º 12.232/2010, como conjunto integrado de atividades intelectuais (estudo, planejamento, criação e veiculação), cuja execução exige capacidade técnica especializada, sendo que o procedimento licitatório será conduzido em conformidade com a Lei n.º 14.133/2021,



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

observando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

2.4. A complexidade intelectual, a necessidade de equipe multidisciplinar e os riscos de execução inadequada tornam justificável a contratação por meio de licitação que preveja exigências técnicas, qualificação e demonstração de capacidade técnica da agência. A opção pela agência especializada garante a centralização do planejamento e da execução, melhor coordenação das ações, redução de retrabalhos e maximização da eficiência dos recursos públicos.

2.5. A contratação, via Concorrência, na forma da Lei n.º 12.232/2010, é a opção da modalidade escolhida e consagra os princípios da ampla competitividade, concorrência e obtenção da proposta mais vantajosa à Administração. Desse modo, amplia a possibilidade de competição entre empresas do ramo para a pretendida contratação, visando à consecução do interesse público.

2.6. Quanto ao tipo de licitação, será utilizado o critério de técnica e preço, conforme dispõe o art. 6º, inciso XXXVIII, alínea "c", da Lei nº 14.133/2021, em consonância com o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que estabelece a obrigatoriedade da adoção dos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço" para serviços de publicidade. No caso da presente licitação, a escolha do tipo "técnica e preço" justifica-se por permitir que a seleção da agência leve em consideração tanto a qualidade técnica das propostas apresentadas quanto a vantajosidade econômica da contratação, assegurando que o Município de Pará de Minas obtenha serviços de publicidade com elevado padrão de criatividade, estratégia e execução, aliados a preços compatíveis com o mercado.

2.7. Justifica-se, ainda, a realização na forma presencial, uma vez que o município de Pará de Minas não possui nenhum software para assegurar a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

2.8. A classificação das licitantes far-se-á pela média ponderada entre a Proposta Técnica e a Proposta de Preço, sendo atribuídos os pesos 7 (sete) e 3 (três), respectivamente, nos termos do § 2º do art. 36 da Lei nº 14.133/2021. O maior peso atribuído à técnica justifica-se em razão da natureza intelectual e criativa dos serviços de publicidade, cuja qualidade não pode ser aferida exclusivamente pelo critério de menor preço. Dessa forma, a adoção da modalidade Concorrência, do tipo técnica e preço, revela-se a mais adequada para garantir a seleção da agência que apresente a melhor proposta sob os aspectos técnico, econômico e jurídico, assegurando a observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, eficiência e vantajosidade previstos no art. 37 da Constituição Federal.

2.9. Para o presente processo licitatório, tendo em vista o valor estipulado para contratação, aplicam-se as disposições constantes dos artigos 42 a 49 da Lei Complementar n.º 123/2006, em conformidade com o artigo 4º da Lei n.º 14.133/2021, sendo o objeto aberto à ampla participação, não sendo cabível a realização de licitação exclusiva à participação de microempresas e empresas de pequeno porte.

2.10. O presente Termo de Referência está em consonância com as disposições legais e normativas aplicáveis, bem como, com o Estudo Técnico Preliminar elaborado, no qual foi justificado, também, a não aplicação de parcelamento para a contratação proposta.

### **3 – ESPECIFICAÇÃO E VALOR DA CONTRATAÇÃO**

A estimativa do valor da contratação é de **R\$ 5.074.800,00 (cinco milhões, setenta e quatro mil e oitocentos reais) para o período de vigência de 24 (vinte e quatro) meses.**

Conforme dissertado no Estudo Técnico Preliminar que compõe o presente processo licitatório, para a estimativa da proposta contratação, serviu de base o histórico dos últimos 04 (quatro) anos de execução contratual de objeto semelhante. Pelo citado levantamento, concluiu-se o comportamento da demanda durante o citado espaço de tempo,



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

considerando-se variações naturais de calendário institucional, campanhas específicas e ações pontuais de comunicação. O valor estimado da contratação foi resultado, portanto, do cálculo da média anual de consumo, à qual foi aplicado um fator de correção como forma de garantir subestimativa e garantir a adequada execução das ações de comunicação para o período seguinte.

Conforme já justificado pelo signatário do Estudo Técnico Preliminar, “essa metodologia de estimativa está em conformidade com os princípios da razoabilidade e da economicidade”, observando-se as diretrizes legais vigentes, bem como, a “adoção do histórico de consumo como base objetiva para estimar as futuras necessidades busca assegurar maior precisão no planejamento da contratação e transparência no processo licitatório, possibilitando às licitantes apresentarem propostas compatíveis com a realidade da Administração”. E o mesmo ainda destacou que “a quantificação estimada da contratação (...) está expressa exclusivamente em termos monetários (...) dada a natureza da atividade publicitária e a dinamicidade das demandas institucionais de comunicação” que impossibilita “prever com exatidão, de forma antecipada, todos os tipos e volumes de serviços publicitários que serão requeridos ao longo dos próximos exercícios”. E que este modo de estimativa da quantidade “visa oferecer flexibilidade e aderência à realidade administrativa, permitindo que os serviços sejam executados conforme a necessidade, mediante ordens de serviço específicas e devidamente justificadas”.

Os estudos foram baseados em:

- a.** Valores de consumo apurados nos últimos 04 (quatro) anos, exercícios de 2021 a 2024, referentes à contratação advinda da licitação realizada em 2019, processo n.º 163/2019, Concorrência n.º 002/2019, Contrato n.º 040/2020;
- b.** Comparativo da verba publicitária da atual licitação com as anteriores do próprio município, em relação ao orçamento;
- c.** Reajuste, conforme justificativa anexada aos autos;
- d.** Novas demandas de comunicação no município.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

Foi considerada a influência de diversos fatores, tais como a capacidade financeira e fiscal deste Município, o seu volume de demandas de comunicação, as prioridades estratégicas de governo, entre outros elementos relevantes, sendo considerada também a análise da verba publicitária per capita, que, no caso de Pará de Minas, é constituído atualmente por população de aproximadamente 102 mil habitantes.

E ainda, justifica-se, também, a atualização do valor destinado à publicidade como legítima e adequada, considerando o aumento das demandas de comunicação institucional e de utilidade pública, bem como a necessidade de utilização de novos meios e tecnologias de divulgação.

O Município de Pará de Minas se resguarda o direito de utilizar, parcial ou integralmente, os recursos estimados, de acordo com as necessidades de comunicação verificadas no decorrer da execução contratual.

Ainda conforme consta do Estudo Técnico Preliminar, a composição do valor contratual decorre de três fontes principais indicadas a seguir e melhor descritas no referido estudo:

- a) valores referentes aos veículos de comunicação;
- b) valores de fornecedores terceiros responsáveis pela produção de serviços especializados;
- c) valores correspondentes aos custos internos e honorários da agência de publicidade.

#### **4 - DO REGIME DE EXECUÇÃO, LOCAL E DA FORMA DO FORNECIMENTO**

4.1. A prestação dos serviços será realizada sob o regime de execução indireta, mediante contrato firmado com fundamento na Lei n.º 12.232/2010 e Lei n.º 14133/2021.

4.2. Os serviços deverão ser executados nas dependências da contratada, podendo haver atendimento presencial ou remoto, bem como, podendo ocorrer atendimento e acompanhamento da prestação de serviços no município sede, mediante solicitação.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

4.3. A entrega dos produtos e serviços publicitários – tais como, peças gráficas, roteiros, campanhas, planos de mídia, relatórios, etc. – será realizada mediante aprovação prévia do órgão contratante.

4.4. Os prazos para entrega podem variar de acordo com a necessidade, complexidade e volume dos serviços a serem requisitados e serão estabelecidos pelo órgão contratante no momento da solicitação, devendo ser respeitados pela agência de publicidade.

4.5. Caso não seja possível a entrega na data assinalada, a empresa deverá comunicar as razões respectivas com antecedência para que qualquer pleito de prorrogação de prazo seja analisado, ressalvadas situações de caso fortuito e força maior.

4.6. O acompanhamento e a validação das etapas de execução serão realizados por servidores na Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal e designados para este fim.

## **5 – DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

5.1. A descrição da solução como um todo, encontra-se especificada no Estudo Técnico Preliminar – ETP – e abrange a contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade a veículos e demais meios de divulgação, constitui a melhor forma encontrada para atendimento às necessidades objeto do presente estudo, com o intuito de atender a um dos princípios que norteiam a Administração Pública, ou seja, ao princípio da publicidade dos atos, bem como, ao direito do público em geral à informação.

5.2. Competirá à agência de publicidade contratada a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária,



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

destinadas à ampliação dos efeitos das mensagens, em consonância com as novas tecnologias.

5.3. A solução deverá abranger, ainda, a realização de treinamentos e capacitações necessárias aos gestores e servidores, como media training, bem como disponibilizar suporte técnico adequado, presencial ou remoto, para resolução de incidentes.

5.4. Integram ainda o objeto deste Termo de Referência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

b) à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

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

5.5. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a", terão a finalidade de:

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

b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

5.6. Assim, a contratação em tela visa dar continuidade aos serviços já prestados na atualidade, objeto do Contrato n.º 040/2020, dando sustentabilidade às atividades da Administração Pública, em suas atribuições finalísticas.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

5.7. Nos termos do § 2º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, os contratos de serviços de publicidade terão por objeto exclusivamente as atividades nela previstas, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras, especialmente aquelas relacionadas a assessoria de imprensa, comunicação institucional e relações públicas, bem como as destinadas à promoção de eventos festivos de qualquer natureza.

5.8. As pesquisas e avaliações referidas no inciso I do art. 2º, §1º, da referida Lei, somente poderão ser executadas quando tiverem finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação das campanhas, bem como possibilitar a mensuração dos resultados da publicidade realizada no âmbito da execução contratual, vedada a inclusão de matérias estranhas ou que não guardem pertinência temática com o objeto da contratação.

5.9. Diante dos estudos técnicos realizados, constata-se que a contratação pretendida deverá ser conduzida nos moldes definidos pelo Município de Pará de Minas, destacando-se os seguintes aspectos:

- A execução dos serviços será realizada diretamente pela agência contratada, com utilização de seus próprios recursos técnicos e operacionais, assegurando padrão de qualidade elevado;
- Os serviços deverão ser prestados pelos profissionais indicados pela agência a ser contratada. No ato de sua contratação, a agência de publicidade, para fins de comprovação de sua capacidade de atendimento, apresentará listagem dos profissionais e suas respectivas qualificações e/ou demonstração de aptidão ao cumprimento esperado do objeto contratual, sendo admitida a substituição por outros profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação prévia ao Município de Pará de Minas.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

- Poderá ser admitida subcontratação de serviços, desde que não se trate de parte essencial da contratação, conforme estabelecido em tópico próprio deste Termo de Referência.

5.10. Ainda com base no Estudo Técnico Preliminar, considerando a experiência da Administração e as diretrizes de planejamento de comunicação do Município de Pará de Minas, a contratação de uma única agência de publicidade e propaganda revela-se a solução mais adequada sob os aspectos técnico, econômico e operacional. A centralização das ações em uma agência permitirá maior uniformidade na estratégia de comunicação institucional, racionalização de custos e maior eficiência na execução e fiscalização dos serviços, além de favorecer a tempestividade no atendimento das demandas.

5.11. A adoção desse modelo possibilita à Administração consolidar suas campanhas em uma única conta publicitária, promovendo maior integração entre as peças e estratégias de comunicação, o que garante coerência e consistência na divulgação das ações governamentais. O gerenciamento unificado contribui ainda para o aprimoramento do controle interno, a otimização dos processos de acompanhamento contratual e a ampliação da efetividade das mensagens institucionais e de utilidade pública direcionadas à população.

5.12. Pelos estudos preliminares, houve entendimento de que a contratação de 1 (uma) agência de publicidade e propaganda é suficiente e adequada para o cumprimento da atuação publicitária governamental. A centralização em uma única agência possibilitará a execução integrada de todas as campanhas institucionais e de utilidade pública, garantindo maior padronização da comunicação, agilidade na gestão das demandas e segurança na execução contratual.

5.13. A definição de apenas uma agência assegura coerência e unidade estratégica nas ações de publicidade, além de simplificar os mecanismos de fiscalização e acompanhamento pela Administração. A atuação concentrada também contribui para fortalecer a identidade institucional do



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

Município e otimizar a utilização dos recursos públicos destinados à comunicação.

**Conclusão:**

Desta forma, conforme levantamentos consignados no Estudo Técnico Preliminar, a contratação de uma agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade a veículos e demais meios de divulgação é a solução adequada para suprir à demanda existente, sendo a forma encontrada que oferece a melhor flexibilidade operacional, com foco também na otimização dos recursos públicos.

## 6 – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

6.1. Os custos com a presente contratação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias (tomando por base o presente exercício de 2025):

Sec.	Ficha 2025
Sec. Mun. Educação	02.007.12.122.0014.2047.3.3.90.39.00/1.500.000.1001 – 191
Sec. Mun. Cultura e Comunicação Institucional	02.013.04.131.0014.2168.3.3.90.39.00/1.500.000.0000 – 615
Sec. Mun. Gestão Pública	02.003.04.122.0001.2014.3.3.90.39.00/1.500.000.0000 – 68
Sec. Mun. Assistência e Desenvolvimento Social	02.012.08.131.0014.2159.3.3.90.39.00/1.500.000.0000 – 561 02.012.08.131.0014.2159.3.3.90.39.00/1.660.000.0000 – 561
Sec. Mun. Esporte, Lazer e Turismo	02.019.04.131.0014.2320.3.3.90.39.00/1.500.000.0000 – 821
Sec. Mun. Saúde	02.009.10.122.0014.2119.3.3.90.39.00/1.500.000.1002 – 383 02.009.10.301.0014.2123.3.3.90.39.00/1.600.000.0000 – 385 02.009.10.305.0014.2138.3.3.90.39.00/1.621.000.0000 – 445

## 7. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

7.1. O prazo de vigência do contrato será de 24 (vinte e quatro) meses, contados da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos do art. 107, da Lei 14.133/2021.

7.1.1. A celebração de contrato administrativo com prazo inicial de vigência superior a 12 (doze) meses revela-se medida mais vantajosa e eficiente para a Administração Pública, em consonância com os princípios da **eficiência administrativa**, da **economicidade** e do **planejamento**, previstos na **Lei nº 14.133/2021**, bem como, encontra respaldo no Plano Plurianual vigente, conforme declaração do setor competente já anexada aos autos.

7.1.2. Em primeiro lugar, a fixação de prazo contratual mais dilatado reduz substancialmente os custos administrativos relacionados à instrução de novos processos licitatórios anuais, bem como à condução de sucessivos procedimentos de prorrogação. Em um contrato limitado a 12 (doze) meses, a Administração se veria obrigada a promover diversas prorrogações até alcançar o prazo máximo legal decenal, demandando significativo dispêndio de tempo, recursos humanos e financeiros. Já em contratos com vigência inicial mais extensa, a necessidade de prorrogações é sensivelmente reduzida.

7.1.3. Adicionalmente, cumpre ressaltar que a multiplicidade de prorrogações eleva o risco de a contratada vir a sofrer sanções justamente durante o período de renovação, o que poderia inviabilizar a continuidade da contratação, a depender da gravidade da penalidade aplicada. Assim, ao adotar prazos iniciais mais longos, a Administração assegura maior previsibilidade, continuidade e estabilidade na execução contratual, mitigando riscos de desabastecimento e descontinuidade de serviços essenciais.

7.1.4. Cumpre ainda esclarecer que a faculdade de prorrogar contratos não deve ser utilizada como instrumento de cobrança de qualidade na



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

prestação do serviço ou fornecimento. Nos casos em que a execução contratual se mostre insatisfatória, a Administração dispõe de meios próprios e adequados, previstos no termo contratual, como notificações, aplicação de sanções e até mesmo a rescisão contratual. Por outro lado, constatada a adequada execução do objeto, revela-se economicamente mais vantajoso e eficiente firmar contratos de longo prazo, garantindo a permanência de fornecedores qualificados e a continuidade dos serviços em benefício da Administração e da sociedade.

7.1.5. Outro ponto relevante é a maior capacidade de **planejamento de médio e longo prazo** que contratos com vigência inicial mais extensa permitem. Ao assegurar a contratação por período superior a um exercício, a Administração pode concentrar esforços em suas atividades finalísticas e no aprimoramento de políticas públicas, sem ter que mobilizar anualmente equipes e recursos em repetitivos processos licitatórios sobre o mesmo objeto. Essa medida contribui para a redução de riscos, falhas, atrasos e até mesmo de situações de paralisação de atividades essenciais, que poderiam gerar graves prejuízos à coletividade.

7.1.6. Destaca-se, ainda, que esta Administração adota como prática a indicação, a cada exercício, das rubricas orçamentárias destinadas a custear contratos de vigência plurianual, em conformidade com o disposto no **art. 106, inciso II, da Lei nº 14.133/2021**. Ressalta-se, igualmente, que a existência de planejamento prévio garante a previsão de recursos suficientes para assegurar a continuidade da execução contratual, sem prejuízo da possibilidade de extinção do ajuste caso não se configure mais vantajoso ou não haja disponibilidade orçamentária, conforme prevê o **art. 106, inciso III, da mesma lei**.

7.1.7. Dessa forma, restam atendidas as diretrizes legais previstas no **art. 106 da Lei nº 14.133/2021**, tanto na fase de planejamento quanto na execução contratual. Assim, a adoção de prazo de vigência inicial superior a 12 (doze)



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

meses se justifica não apenas sob o prisma econômico e administrativo, mas também em razão do seu alinhamento aos princípios constitucionais da eficiência, economicidade e continuidade do serviço público, configurando-se, portanto, como a solução mais adequada e vantajosa para a Administração Municipal.

## **8 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO:**

8.1. Para que o objeto da contratação seja atendido, é necessário o atendimento de alguns requisitos mínimos necessários, dentre eles os de qualidade e capacidade de execução pela contratada, minimamente os dispostos nos artigos 62, 66, 67, 68 e 69 da Lei Federal nº 14.133/2021.

### **8.2. Sendo assim, os documentos exigidos na fase de habilitação serão:**

8.2.1. Documentação que comprove a habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista da licitante, como já observado nos processos licitatórios deste município, bem como, a certidão a que se refere o inciso II do artigo 69 da Lei n.º 14.133/2021.

8.2.2. A comprovação da qualificação técnica compreenderá a apresentação dos seguintes documentos:

I – Apresentação de certidão ou atestado que demonstre capacidade operacional na execução de serviços similares ao objeto desta contratação, sendo emitidos por entidades de direito público e/ou privado, conforme dispõe o art. 67, inciso II, da Lei 14.133/2021

II – 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 nº 12.232/2010.

### **8.3. Para a fase de formalização do instrumento contratual:**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

8.3.1. Com vistas a aperfeiçoar os dispositivos contratuais e atender às necessidades da Administração frente às novas tendências do mercado publicitário, será admitida a utilização de recursos digitais como forma de assegurar a proximidade no atendimento e no relacionamento, sem prejuízo à qualidade dos serviços prestados. Contudo, a licitante vencedora deverá garantir a disponibilidade mínima dos seguintes profissionais para o atendimento à conta publicitária do Município:

- 1 (um) Diretor de Atendimento;
- 1 (um) Diretor de Criação;
- 1 (um) Diretor de Arte;
- 1 (um) Redator Publicitário;
- 1 (um) Arte-finalista;
- 1 (um) Profissional de Atendimento;
- 1 (um) Profissional de Planejamento;
- 1 (um) Profissional de Produção Gráfica;
- 1 (um) Profissional de Produção Eletrônica;
- 1 (um) Profissional de Mídia;
- 1 (um) Profissional de Mídia Digital;
- 2 (dois) Responsáveis pelo setor administrativo/faturamento.

8.3.2. Será exigida, ainda, a **alocação mínima de 4 (quatro) profissionais dedicados ao atendimento da Prefeitura de Pará de Minas, disponíveis para convocação para reuniões e ações presenciais que sejam do interesse da Prefeitura**, sendo:

- 1 (um) Profissional de Atendimento;
- 1 (um) Profissional de Mídia;
- 1 (um) Profissional de Produção Gráfica;
- 1 (um) Profissional de Planejamento.

8.3.3. A manutenção dessa equipe mínima em proximidade física com a Secretaria Municipal de Cultura e Comunicação Institucional justifica-se pela necessidade de garantir maior agilidade no repasse de demandas e troca de informações, tempestividade no atendimento das necessidades da Administração e proximidade em relação a fornecedores locais de mídia e produção.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

8.3.4. Não será obrigatória a disponibilização de toda a equipe técnica em Pará de Minas, exceto nos casos de convocação formal pela Secretaria Municipal de Cultura e Comunicação Institucional, com antecedência mínima de 48 (quarenta e oito) horas. O histórico de atendimentos dos últimos anos demonstra que a proximidade física pode ser suprida de forma eficaz pelos recursos digitais atualmente disponíveis, que permitem adequado acompanhamento, comunicação e relacionamento entre Administração e agência contratada.

8.3.5. A composição mínima da equipe técnica observa o disposto no art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, segundo o qual a agência deve possuir capacidade para desempenhar, de forma integrada, o conjunto de atividades que compreendem: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. Para garantir a integralidade desse conjunto de atribuições, estabeleceu-se quantitativo mínimo de profissionais necessários à execução contratual.

8.4. A(s) contratada(s) deverá(ão) atender aos requisitos exigidos neste Termo de Referência, tendo como principais obrigações, o atendimento às exigências de especificação do objeto deste processo licitatório, bem como critérios de sustentabilidade, atendendo todas as legislações e normativas vigentes, no que couber.

## **9 – FORMAS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR:**

9.1. Será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência, na forma da Lei nº 12.232/2010, que disciplina especificamente as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública.

9.2. Quanto ao tipo de licitação, será utilizado o critério de técnica e preço, conforme já justificado acima neste Termo de Referência.

9.3. A classificação das licitantes far-se-á pela média ponderada entre a Proposta Técnica e a Proposta de Preço, sendo atribuídos os pesos **7 (sete) e**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

**3 (três)**, respectivamente, nos termos do § 2º do art. 36 da Lei nº 14.133/2021. O maior peso atribuído à técnica justifica-se em razão da natureza intelectual e criativa dos serviços de publicidade, cuja qualidade não pode ser aferida exclusivamente pelo critério de menor preço.

9.4. Dessa forma, a adoção da modalidade **Concorrência**, do tipo **técnica e preço**, revela-se a mais adequada para garantir a seleção da agência que apresente a melhor proposta sob os aspectos técnico, econômico e jurídico, assegurando a observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, eficiência e vantajosidade previstos no art. 37 da Constituição Federal.

9.5. **Da Proposta Técnica:**

9.5.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada nos seguintes itens:

**a) Plano de Comunicação Publicitária:**

- Raciocínio Básico;
- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- Ideia Criativa;
- Estratégia de Mídia e Não-Mídia.

**b) Conjunto de Informações:**

- Capacidade de Atendimento;
- Repertório;
- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

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



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

<b>Pontos:</b>	<b>Quesito:</b>
<b>25</b>	<b>Raciocínio Básico</b>
<b>15</b>	<b>Estratégia de Comunicação Publicitária</b>
<b>20</b>	<b>Ideia Criativa</b>
<b>10</b>	<b>Estratégia de Mídia e Não-Mídia</b>

b) Conjunto de Informações – 30 (trinta) pontos:

<b>Pontos:</b>	<b>Quesito:</b>
<b>15</b>	<b>Capacidade de Atendimento</b>
<b>07</b>	<b>Repertório</b>
<b>08</b>	<b>Relatos de Problemas de Comunicação</b>

**Pontuação Máxima Total: 100 (cem) pontos.**

9.5.3. A Subcomissão Técnica procederá à análise das Propostas Técnicas apresentadas, verificando o atendimento às condições fixadas neste Termo de Referência e no Edital.

9.5.4. Será considerada vencedora, na fase de julgamento da Proposta Técnica, **a licitante que obtiver a maior nota.**

9.5.5. As demais especificações, critérios de avaliação e regras procedimentais constarão expressamente do Termo de Referência e do Edital.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

**9.6. Da Proposta de Preços:**

9.6.1 Para a **Proposta de Preços**, deverão ser observadas as boas práticas de mercado previstas no inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, bem como as diretrizes estabelecidas pelo Decreto nº 4.563/2002 e pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, de modo a evitar a inexequibilidade dos contratos administrativos a serem celebrados.

Assim, a agência contratada fará jus à seguinte remuneração máxima, a ser paga pelo Município:

I – remuneração a título de ressarcimento dos custos internos decorrentes da execução dos serviços pela licitante, baseado no valor previsto na **Lista de Referência de Custos Internos** do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços; o valor ofertado pelo licitante não poderá ser superior àquele expresso na referida lista para o serviço correspondente e não serão aceitos valores inferiores a 20% (vinte por cento) ao já citado referencial, entendendo este como limite para indicação da exequibilidade de sua proposta;

II – percentual de até **15% (quinze por cento)** de honorários incidente sobre o valor dos serviços externos de produção e execução de peças ou materiais atribuídos a terceiros, realizados com a intermediação e sob supervisão da agência;

III – percentual de até **15% (quinze por cento)** de honorários incidente sobre o valor das pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, bem como sobre a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária voltadas à expansão dos efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, sempre com a intermediação e supervisão da agência;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

IV – percentual de até **20% (vinte por cento)** de honorários incidente sobre o valor das contratações relativas à mídia digital;

V – percentual de até **10% (dez por cento)** de honorários incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços atribuídos a terceiros, quando a responsabilidade da agência restringir-se exclusivamente à contratação ou ao pagamento do serviço ou fornecimento respectivo.

9.1.1.1. Justificam-se os percentuais de até 15% (quinze por cento) indicados nos itens II e III e o percentual de até 10% (dez por cento) indicado no item V acima, por estarem em consonância com as “Normas-Padrão da Atividade Publicitária”, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão CENP, em seu item 3.6. Da mesma forma, justifica-se o percentual de até 20% (vinte por cento) indicado no item IV acima, dada a sua previsão no item 2.5 do mesmo dispositivo de normas ora referido.

9.6.2. Os honorários previstos no item IV têm por finalidade remunerar a agência pela **intermediação, supervisão, monitoramento de desempenho e otimização da veiculação de peças publicitárias em plataformas digitais**, situações em que não se aplica o desconto-padrão usualmente praticado nos meios tradicionais.

9.6.3. Além dessas remunerações, integra o valor percebido pela agência a parcela paga diretamente pelos veículos de divulgação, consistente no denominado **desconto-padrão de agência**, disciplinado pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária expedidas pelo CENP.

*“2.5 O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade*



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

*pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.*

**2.5.1** *Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “Certificado de Qualificação Técnica”, conforme o art. 17 inciso I alínea “f” do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao “desconto padrão de agência” não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes”.*

9.6.4. Os itens descritos nos incisos I a V integrarão a **Proposta de Preços** do processo licitatório, correspondentes aos custos internos e honorários cujos percentuais serão ofertados a critério das agências concorrentes e, por essa razão, serão avaliados pelo Município de Pará de Minas no julgamento das propostas, considerando os descontos apresentados pelas licitantes.

9.6.5. A valoração seguirá o disposto neste Termo de Referência.

9.6.6. Não se coaduna com as boas práticas de mercado admitir que as agências proponham custos internos e honorários em valores irrisórios, uma vez que tais rubricas são essenciais para a adequada execução dos serviços de **planejamento, conceituação, criação e produção** das campanhas da Administração. A previsão de limites visa assegurar equilíbrio e justiça contratual, de modo a garantir uma relação comercial eficiente e produtiva entre Administração e agência contratada.

9.6.7. Cumpre registrar que a ausência de limite máximo para os custos internos já foi objeto de **impugnação** (processo nº 75905559) em recente licitação promovida pela Prefeitura de Belo Horizonte (Concorrência Pública SMGO nº 001/202), sob o argumento de que os custos internos constituem



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

serviços diretamente prestados pela agência — criação, planejamento, estratégia e inteligência — e, portanto, não podem ser desvalorizados.

Ademais, o **Ministério Público de Contas do Estado de Minas Gerais** já se manifestou especificamente sobre o tema, ao apreciar edital da Concorrência Pública nº 001/2019 do Governo de Minas Gerais, que limitava em **75% (setenta e cinco por cento)** o desconto máximo para o ressarcimento dos custos internos. À época, foi alegado que tal limitação poderia causar **dano ao erário** e restringir a **competitividade**, por limitar a formulação de preços pelas agências. A questão foi analisada pelo **Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais – TCEMG**, no processo nº 1.084.250/2019, que assim se manifestou:

*“De um lado, a limitação máxima do desconto a ser proposto pelas agências permite uma maior vantagem financeira à Administração, consagrando o princípio da seleção da proposta mais vantajosa. De outro, caso não fosse estabelecido um limite máximo ao desconto, as agências, com o intuito de vencer a licitação, poderiam optar por abrir mão do seu próprio sustento, o que poderia acabar por prejudicar a execução dos serviços, em infringência ao princípio da eficiência, cujo principal enfoque é a obtenção de resultado na Administração Pública. Em análise da manifestação apresentada pelo responsável, verifica-se que foi realizada uma pesquisa acerca dos valores a serem despendidos. Segundo cálculos feitos por ele, um desconto superior a 75% inviabilizaria a adequada prestação do serviço, considerando todos os custos internos da agência, como, por exemplo, os gastos com os salários de seus profissionais. Portanto, no entender desta Unidade Técnica, visto que o critério de julgamento é a “técnica e preço”, de modo que não deve ser levado em conta apenas o valor das propostas, merece prevalecer, no caso, o princípio da eficiência, com vista ao alcance dos resultados pretendidos pela Administração, qual seja, a adequação*



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

*dos serviços de publicidade. Diante do exposto, entende-se que não procede o presente apontamento".*

E assim concluiu o Tribunal de Contas:

*"De acordo com a conclusão técnica, tendo em vista que a Administração ponderou concretamente a busca pela proposta mais vantajosa com a fixação de limitação de desconto que visa garantir a efetiva prestação dos serviços contratados, e não havendo limitação excessiva à competição diante da grande quantidade de licitantes no presente caso, entendo que não há ilicitude nas cláusulas editalícias contestadas".*

Ressalta-se que diversas Prefeituras e Câmaras Municipais em Minas Gerais têm inserido em seus editais cláusulas que vedam a apresentação de preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, por serem incompatíveis com a realidade de mercado. Tal prática contribui para assegurar resultados mais consistentes à Administração, além de prevenir descumprimentos contratuais e a aplicação de penalidades decorrentes da aceitação irrestrita de descontos excessivos sobre os custos internos das agências.

Os custos internos representam a **intelectualidade da equipe técnica da agência**, composta por profissionais responsáveis pelo planejamento, conceituação, criação e produção das campanhas publicitárias. Sendo a publicidade atividade de natureza eminentemente intelectual, sua adequada remuneração é indispensável para garantir a qualidade dos serviços prestados. Desvalorizar a remuneração desse núcleo essencial comprometeria os resultados da contratação e a efetividade da comunicação institucional.

#### **9.7. Da Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica:**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

9.7.1. Nos termos da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021, as fases do certame serão conduzidas pelos seguintes órgãos colegiados:

- **Comissão de Contratação:** constituída e nomeada de acordo com as normas vigentes no Município de Pará de Minas, responsável pela administração integral do processo licitatório, ressalvada a competência específica quanto ao julgamento das Propostas Técnicas;
  
- **Subcomissão Técnica:** designada exclusivamente para proceder ao julgamento das Propostas Técnicas, nos termos dos §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, composta por, no mínimo, 3 (três) membros com formação ou atuação nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, observando-se que ao menos 1/3 (um terço) de seus integrantes não poderá possuir qualquer vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

9.7.2. Objetivando compor, a Subcomissão Técnica a que se refere o artigo 10 da Lei n.º 12.232/2010, o Município de Pará de Minas realizou Chamamento Público n.º 011/2024, processo n.º 351/2024, e, dentre os profissionais inscritos, foram definidos os membros componentes (e respectivos suplentes), por meio de sorteio em sessão pública realizada em 05 de fevereiro de 2025 e publicada no Diário Oficial deste Município em 06 de fevereiro de 2025. Foi verificada a formação ou atuação nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, dos profissionais inscritos, observando-se também os limites mínimos determinados pela citada lei, no que se refere a vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação. Foram definidos, no sorteio, os membros titulares da Subcomissão Técnica e a ordem de suplência, entre os demais nomes remanescentes, a fim de garantir a convocação nos casos de impedimento ou afastamento de algum dos integrantes titulares, garantindo a continuidade dos trabalhos da Subcomissão Técnica.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

9.7.2.1. O presente processo licitatório encontra-se em tramitação desde o exercício de 2024, permanecendo válidos e eficazes os atos já praticados, inclusive quanto à designação dos membros, sem necessidade de nova convocação ou sorteio, ressalvadas as hipóteses de substituição previstas em lei.

9.7.3. A condução dos demais procedimentos licitatórios ficará a cargo da Comissão de Contratação, regularmente constituída.

### **9.8 Da Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica:**

9.8.1. No âmbito de licitação do tipo **“técnica e preço”**, como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as **Propostas Técnicas** apresentadas pelas licitantes constituem o elemento central do procedimento de seleção. É por meio delas que as agências de propaganda demonstrarão sua qualificação técnica e expertise para atender às necessidades de comunicação da Administração.

9.8.2. A Proposta Técnica será composta por um **Plano de Comunicação Publicitária**, elaborado a partir das informações constantes no **briefing**, e por um **Conjunto de Informações** sobre a capacidade técnica da licitante.

9.8.3. O Plano e o Conjunto de Informações serão constituídos por quesitos destinados a avaliar a execução das estratégias de comunicação propostas, a capacidade de atendimento da licitante e o padrão dos trabalhos por ela desenvolvidos para seus clientes.

9.8.4. Nos termos do art. 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010, o **Plano de Comunicação Publicitária** deverá observar formatação padronizada quanto ao tamanho, tipos e fontes tipográficas, espaçamento entre parágrafos, número e forma de apresentação dos exemplos de peças, entre outros aspectos pertinentes, a fim de garantir a inviolabilidade da autoria do quesito mais relevante da Proposta Técnica.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

9.8.4.1. O **Plano de Comunicação Publicitária** deverá ser apresentado em 02 (duas) vias, uma delas sem identificação de sua autoria (não poderá conter sequer eventual marca, símbolo, sinal ou qualquer outro elemento que possa indicar sua autoria, antes de tornar pública a via identificada), sendo esta acondicionada no Envelope n.º 01; e a segunda via, acondicionada no Envelope n.º 02, a qual deverá conter a identificação da licitante, terá o mesmo teor da via não identificada, com objetivo de proporcionar a correlação segura de sua autoria, em momento oportuno.

9.8.4.2. A via não identificada do **Plano de Comunicação Publicitária**, acondicionada no Envelope n.º 01, deverá ser pertinente ao *briefing* disponibilizado em anexo a este Termo de Referência, sendo apresentada em formato padronizado:

- a) Fonte tipográfica Arial, tamanho 14;
- b) Espaçamento simples;
- c) Apresentação em papel branco, alcalino, formato A4, limite máximo de 10 (dez) páginas, excluídas a capa e a folha de rosto;
- d) As folhas deverão ser fixadas exclusivamente por grampo no seu canto superior esquerdo.

Observação: Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os licitantes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para a sua apresentação.

9.8.4.3. O licitante interessado deverá providenciar a retirada do envelope opaco para acondicionamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, devendo procurar o Setor de Licitações e Contratos desta Prefeitura, 2º andar do prédio anexo ao edifício sede deste Município, situado na Praça Afonso Pena, n.º 30, Centro, Pará de Minas/MG, em dias úteis, de segunda a sexta-feira, no horário de 09:00 às 12:00 horas e das 14:00 às 17:00 horas.

9.8.5. A licitante deverá estruturar sua Proposta Técnica nos seguintes quesitos e atributos:



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

- a) **Plano de Comunicação Publicitária**, composto por: Raciocínio Básico; Estratégia de Comunicação Publicitária; Ideia Criativa; Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- b) **Capacidade de Atendimento**;
- c) **Repertório**;
- d) **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.

9.8.5.1. Para demonstração da **Capacidade de Atendimento**, a licitante deverá apresentar:

- a) relação nominal dos principais clientes da licitante, 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 do anunciante para a execução do contrato;
- d) 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 do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.8.5.2. Para o **Repertório**, a licitante deverá apresentar:

- a) apresentar relação de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante, acompanhadas de suas respectivas fichas técnicas;
- b) apresentar ficha técnica com informações sucintas sobre a peça, tais como, o problema que a peça se propôs a resolver, identificação do cliente e da licitante, o título da peça, a data de produção, o período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um agente de veiculação utilizado.

9.8.5.3. Para os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, a licitante deverá apresentar:



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

- a) descrição de relatos de soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes na superação de desafios de comunicação;
- b) peças publicitárias que compõem os relatos.

9.8.6. O julgamento das Propostas Técnicas será conduzido pela Subcomissão Técnica e pautar-se-á pelos critérios objetivos definidos neste instrumento, em estrita observância ao princípio da motivação dos atos administrativos. Todas as pontuações atribuídas deverão ser acompanhadas de justificativa escrita, que exponha de forma clara e congruente as razões de fato e de direito que as fundamentam, em conformidade com o art. 11, § 4º, incisos IV e VI, da Lei nº 12.232/2010, assegurando a transparência do processo e o pleno exercício do contraditório pelas licitantes e do controle pelos órgãos competentes.

9.8.7. A avaliação das propostas será realizada individualmente por cada membro da Subcomissão Técnica, que atribuirá notas para cada quesito e seus respectivos atributos, observados os limites máximos de pontuação e utilizando intervalos de 0,5 (meio) ponto.

9.8.8. Deverá a Subcomissão Técnica proceder à reavaliação das notas atribuídas a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação individual for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, visando garantir a isonomia e a aderência aos critérios objetivos de julgamento.

9.8.9. A pontuação máxima da Proposta Técnica é de 100 (cem) pontos, distribuída entre os quesitos e respectivos atributos da seguinte forma:

**I) Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta) pontos**, com a seguinte distribuição:

- a) Raciocínio Básico: 25 (vinte e cinco) pontos;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 15 (quinze) pontos;
- c) Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

**II) Conjunto de Informações: 30 (trinta) pontos**, com a seguinte distribuição:

- a) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze) pontos;
- b) Repertório: 7 (sete) pontos;
- c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 8 (oito) pontos.

**9.9. Da Apresentação e Julgamento da Proposta de Preços:**

9.9.1. Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, bem como o contido nas Normas Padrão do CENP.

9.9.2. A nota da Proposta de Preços está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, sendo que a classificação se dará da seguinte forma:

**a)** Percentual de remuneração incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela agência:

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE REMUNERAÇÃO INCIDENTE SOBRE A LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS – SINAPRO / MG</b>
20	Até 30%
17	De 31% a 40%
14	De 41% a 50%
11	De 51% a 60%
5	61% a 70%

**b)** Percentual de honorários incidente sobre o valor dos serviços externos de produção e a execução de peça ou material, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência:



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	Até 10%
17	11%
14	12%
11	13%
8	14%
5	15%

**c)** Percentual de honorários incidente sobre o valor das pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e sob supervisão da agência:

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	Até 10%
17	11%
14	12%
11	13%
8	14%
5	15%

**d)** Percentual de honorários de até 20% (vinte por cento) incidente sobre o valor da contratação da mídia digital:

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	Até 10%



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

17	12%
14	14%
11	16%
8	18%
5	20%

**e)** Percentual de honorários de até 10% (dez por cento) incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo:

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	5 %
17	6%
14	7%
11	8%
9	9%
5	10%

Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

**NFPF= Nota final da Proposta de Preço**

**P1** – Percentual incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

**P2** – Percentual de honorários incidente sobre o valor dos serviços externos de produção e a execução de peça ou material, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;

**P3** – Percentual de honorários incidente sobre o valor das pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e sob supervisão da agência;

**P4** - Percentual de honorários incidente sobre o valor da contratação da mídia digital;

**P5** - Percentual de honorários incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

$$\text{NFPP} = \text{P1} + \text{P2} + \text{P3} + \text{P4} + \text{P5}$$

9.9.3. A **Proposta de Preços** deverá ser apresentada em **01 (uma) via original**, redigida sem emendas, rasuras, corretivos ou entrelinhas, devendo todas as folhas ser rubricadas e a última conter data, assinatura e identificação do signatário, que deverá possuir poderes legais para o ato.

9.9.4. No valor global proposto deverão estar incluídos todos os custos necessários ao atendimento do objeto da licitação, compreendendo tributos, encargos diretos e indiretos, obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais, taxas, tarifas, fretes, seguros, bem como quaisquer despesas relacionadas à aquisição, transporte, armazenamento e utilização dos materiais e serviços indispensáveis à execução contratual.

9.9.5. As propostas apresentadas serão consideradas completas e suficientes para a execução do objeto, não sendo admitida posterior reivindicação de pagamento adicional em razão de erro, omissão ou má interpretação da licitante. O valor ofertado será de inteira responsabilidade da proponente, devendo esta observar rigorosamente, no momento de elaboração, a



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

correção das especificações e da digitação, sob pena de assumir eventuais equívocos de forma definitiva.

9.9.6. A **Proposta de Preços** deverá atender integralmente às disposições do Edital e de seus anexos, sob pena de **desclassificação**.

9.9.7. O prazo de validade das propostas não poderá ser inferior a **60 (sessenta) dias**, contados da data de abertura dos envelopes de Preço.

9.9.8. A agência contratada fará jus ao denominado **desconto-padrão de agência**, concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, do art. 7º do Decreto nº 57.690/1966 e do item 2.5 das Normas-Padrão do CENP. O referido desconto constitui forma de remuneração da agência pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da contratante, conforme previsto no art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

#### **9.10. Da Habilitação:**

9.10.1. Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria, especialmente a Lei 14.133/2021.

9.10.1.1. A comprovação da qualificação técnica compreenderá a apresentação dos seguintes documentos:

I – Apresentação de certidão ou atestado que demonstre capacidade operacional na execução de serviços similares ao objeto desta contratação, sendo emitidos por entidades de direito público e/ou privado, conforme dispõe o art. 67, inciso II, da Lei 14.133/2021;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

II – 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 nº 12.232/2010.

**9.11. Da Não Exigência de Prestação de Garantias:**

9.11.1. Considerando a natureza do objeto licitado e a forma de execução contratual prevista, o órgão licitante deliberou pela não exigência de garantia de proposta ou de garantia contratual. Tal medida encontra respaldo no princípio da proporcionalidade e da razoabilidade, uma vez que o processo em curso não envolve riscos financeiros ou operacionais que justifiquem a imposição de ônus adicional aos licitantes.

9.11.2. A dispensa da exigência de garantias visa assegurar maior competitividade, ampliando a participação de interessados e evitando restrições desnecessárias ao caráter isonômico do certame. Ressalte-se que a legislação vigente faculta ao órgão licitante a adoção dessa medida, cabendo-lhe avaliar a pertinência conforme as especificidades do procedimento.

9.11.3. Dessa forma, a decisão preserva a economicidade e a eficiência administrativa, sem comprometer a segurança jurídica do processo, já que permanecem aplicáveis todas as demais disposições legais relativas à habilitação, julgamento e execução contratual

## **10 – MODELO DE GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

10.1. A fiscalização decorrente desta contratação, será acompanhada e fiscalizada por servidor dessa Administração, devidamente designado por portaria, permitida a contratação de terceiros para assisti-los e subsidiá-los com informações pertinentes a essa atribuição, nos termos do artigo 117 da Lei 14.133/2021.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

10.2 O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

10.3. O fiscal do contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência.

10.4. O fiscal do contrato será auxiliado pelos órgãos de assessoramento jurídico e de controle interno da Administração, que deverão dirimir dúvidas e subsidiá-lo com informações relevantes para prevenir riscos na execução contratual.

10.5. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas ou vícios redibitórios, e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da Administração ou de seus agentes e prepostos.

10.6. O gestor do contrato, será servidor desta Administração, devidamente designado por portaria, com atribuições administrativas e a função de administrar o contrato, desde sua concepção até a finalização, especialmente:

- I - analisar a documentação que antecede o pagamento;
- II - analisar os pedidos de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato;
- III - analisar eventuais alterações contratuais, após ouvido o fiscal do contrato;
- IV - analisar os documentos referentes ao recebimento do objeto contratado;
- V - acompanhar o desenvolvimento da execução através de relatórios e demais documentos relativos ao objeto contratado;
- VI - decidir provisoriamente a suspensão da entrega de bens ou a realização de serviços;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

10.7. O contratado deverá indiciar um responsável legal com respectivos contatos (e-mail, celular e Whatsapp), com poderes para representá-lo perante essa Municipalidade na execução do contrato decorrente da licitação objeto deste termo de referência.

10.8. O contratado deverá manter preposto aceito pela Administração durante o fornecimento do bem para representá-lo na execução do contrato.

10.9. O Município de Pará de Minas, por meio de seus servidores designados para fiscalização e/ou gestão do contrato, avaliará os serviços prestados pela contratada, ao menos, 02 (dois) meses antes do encerramento de cada exercício financeiro.

## **11. DO RECEBIMENTO DO OBJETO**

11.1. O recebimento do objeto do contrato, decorrente da referida contratação, se dará pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico.

11.2. O recebimento dos serviços com a respectiva nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente será pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência e na Estimativa de Custos (EC).

11.3. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do [art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021](#), comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

11.4. O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

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

## 12. DO PAGAMENTO E DOS CRITÉRIOS PARA MEDIÇÃO

12.1. Definição do critério de cálculo para pagamento:

12.1.1. A agência contratada fará jus à remuneração pelos serviços prestados, a ser calculada pelo seguinte método:

I – percentual de remuneração definido na proposta ofertada pela licitante, incidente sobre o valor previsto na **Lista de Referência de Custos Internos** do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos decorrentes da execução dos serviços pela licitante;

II – percentual de honorários definido na proposta ofertada pela licitante, incidente sobre o valor dos serviços externos de produção e execução de peças ou materiais atribuídos a terceiros, realizados com a intermediação e sob supervisão da agência;

III – percentual de honorários definido na proposta ofertada pela licitante, incidente sobre o valor das pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, bem como sobre a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária voltadas à expansão dos efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, sempre com a intermediação e supervisão da agência;

IV – percentual de honorários definido na proposta ofertada pela licitante, incidente sobre o valor das contratações relativas à mídia digital;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

V – percentual de honorários definido na proposta ofertada pela licitante, incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços atribuídos a terceiros, quando a responsabilidade da agência restringir-se exclusivamente à contratação ou ao pagamento do serviço ou fornecimento respectivo.

12.1.1.1 Quando se tratar de ocorrência descrita no item 12.1.1, inciso I, deste Termo de Referência, os pagamentos serão calculados com base no valor constante na tabela de preços pública e vigente fornecida pelo órgão competente (**Sindicado das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO / MG**), aplicado o desconto percentual ofertado pela adjudicatária no processo de licitação. Ou seja, "**Honorários a pagar = Valor da tabela SINAPRO/MG × (1 – Desconto ofertado)**".

12.1.1.2 Quando se tratar de ocorrências descritas nos demais incisos do item 12.1.1 deste Termo de Referência, será considerado o valor expresso na Nota Fiscal emitida pelo prestador terceirizado (tais como, comprovante de produção ou veiculação), acrescido do percentual de remuneração correspondente, definido na proposta ofertada pela licitante.

12.2. Considera-se como referência para fins de pagamento a tabela de preços publicada e atualizada pelo Sindicato das Agências de Propaganda (SINAPRO) do Estado de Minas Gerais, observada a versão vigente na data de emissão da Nota Fiscal/Fatura ou da medição dos serviços.

12.3. A agência deverá indicar, na proposta e nas faturas, o valor literal da tabela do SINAPRO/MG utilizada, o percentual de desconto ofertado e o cálculo que originou o montante a ser pago.

12.4. A Administração poderá solicitar verificação da compatibilidade dos valores praticados com a tabela referida e recusar o pagamento caso haja divergência não justificada.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

12.5. Eventuais atualizações da tabela durante a vigência contratual somente serão consideradas para fins de pagamento se formalmente reconhecidas e divulgadas pelo SINAPRO/MG.

12.6. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de até 10 (dez) dias para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período.

12.7. O pagamento será realizado no prazo máximo de até 30 (trinta) dias contados da finalização da liquidação da despesa, através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado, respeitada a ordem cronológica prevista no artigo 142 da 14.133/21.

12.8. Considera-se ocorrido o recebimento da nota fiscal ou fatura no momento em que o Órgão contratante atestar a execução do objeto do contrato.

12.9. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei 14.133/2021.

12.10. O pagamento somente será efetuado após o “atesto”, pelo servidor competente, da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela Contratada.

12.10.1. O “atesto” fica condicionado à verificação da conformidade da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela Contratada e do regular cumprimento das obrigações assumidas.

12.11. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que a Contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a Contratante.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

12.12. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável, nos termos da Instrução Normativa nº 1.234, de 11 de janeiro de 2012, da Secretaria da Receita Federal do Brasil.

12.12.1. A Contratada regularmente optante pelo Simples Nacional, instituído pelo artigo 12 da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção quanto aos impostos e contribuições abrangidos pelo referido regime, em relação às suas receitas próprias, desde que, a cada pagamento, apresente a declaração de que trata o artigo 6º da Instrução Normativa RFB nº 1.234, de 11 de janeiro de 2012.

12.13. O pagamento será efetuado por meio de Ordem Bancária de Crédito, mediante depósito em conta-corrente, na agência e estabelecimento bancário indicado pela Contratada, ou por outro meio previsto na legislação vigente.

12.14. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

12.15. A Contratante não se responsabilizará por qualquer despesa que venha a ser efetuada pela Contratada, que porventura não tenha sido acordada no contrato.

### **13 – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

13.1. A CONTRATADA obriga-se a:

13.1.1. Apresentar-se em local, dia e hora para execução dos serviços sempre que solicitada pelo contratante e entregar as peças e/ou serviços publicitários dentro dos prazos estabelecidos pela mesma.

13.1.2. Responsabilizar-se por todos serviços especificados no contrato, de modo a garantir sua plena execução, utilizando equipamentos adequados e pessoal técnico qualificado;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

13.1.3. Cumprir, dentro dos prazos estabelecidos, as obrigações assumidas, inerentes ao objeto da presente licitação;

13.1.4. Comunicar à Administração, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;

13.1.5. Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

13.1.6. Não transferir a terceiros, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente, as obrigações assumidas, nem subcontratar qualquer das prestações a que está obrigada, exceto nas condições autorizadas neste Termo de Referência ou na minuta de contrato;

13.1.7. Não permitir a utilização de qualquer trabalho de menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos; nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

13.1.8. Responsabilizar-se pelas despesas dos tributos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas, fretes, seguros, deslocamento de pessoal, prestação de garantia e quaisquer outras que incidam ou venham a incidir na execução do contrato.

13.1.9. Respeitar e fazer respeitar, sob as penas legais, as legislações e posturas municipais sobre a execução de serviços em locais públicos, bem como as legislações específicas dos serviços de Comunicação e Marketing.

13.1.20. Empregar pessoal com qualificação compatível com a perfeita execução dos serviços.

13.1.21. Guardar sigilo sobre os assuntos que, em decorrência dos serviços que deve executar, lhe forem confiados.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

13.1.22. Responder por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração do faturamento das despesas ocorridas, que reduzem em aumento das despesas ou perda de descontos.

13.1.23. Obter para Prefeitura Municipal de Pará de Minas, melhores condições e preços, no que se refere a contratação de serviços de terceiros.

13.1.24. A agência deverá, comprovadamente, atender ao chamamento o da Prefeitura Municipal de Pará de Minas no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas, sempre que solicitada para receber ordens de serviço nas quais estão especificadas os prazos de execução das mesmas.

13.1.25. Responsabilizar-se, exclusivamente, pela operacionalização de pagamentos de serviços prestados por terceiros não cabendo à Prefeitura Municipal de Pará de Minas, qualquer obrigação sobre esses pagamentos devidos pela agência.

13.1.26. A contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Pará de Minas, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizada pela Secretaria Municipal de Cultura e Comunicação Institucional.

13.1.27. O fornecimento de bens e prestação de serviços especializados exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato, o contratado procederá a coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante.

## **14 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

14.1. A CONTRATANTE obriga-se a:



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

14.1.1. Receber provisoriamente o objeto, disponibilizando local, data e horário e demais condições estabelecidas no Edital;

14.1.2. Verificar minuciosamente, no prazo fixado, a conformidade dos serviços recebidos com as especificações constantes na Estimativa de Custos (EC), para fins de aceitação e recebimento definitivos;

14.1.3. Acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da Contratada, através de servidor especialmente designado;

14.1.4. Comunicar à Contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas no objeto fornecido, para que seja substituído, reparado ou corrigido;

14.1.5. Efetuar o pagamento à Contratada no valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo e na forma estabelecidos nesse termo;

14.2. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela Contratada com terceiros, ainda que vinculados à execução do presente Termo de Contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da Contratada, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

## **15 – DA CONTRATAÇÃO:**

15.1. A duração inicial da presente contratação terá o período de 24 (vinte e quatro) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, respeitada a vigência máxima decenal prevista na lei 14.133/2021.

15.1.1. O valor estimado para a contratação é de R\$ 5.074.800,00 (cinco milhões, setenta e quatro mil e oitocentos reais) para o período de 24 (vinte e quatro) meses.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

15.1.2. O valor do Contrato poderá ter acréscimos ou supressões que se fizerem necessários em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no artigo 125, da Lei 14.133/2021.

15.2. As cláusulas constantes da minuta contratual observarão rigorosamente as disposições da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021, buscando contemplar, com o maior detalhamento possível, as condições necessárias ao adequado relacionamento entre o Município de Pará de Minas e a agência contratada, em razão das especificidades da atividade publicitária e das exigências legais aplicáveis.

15.3. Com vistas a aperfeiçoar os dispositivos contratuais e atender às necessidades da Administração frente às novas tendências do mercado publicitário, será admitida a utilização de recursos digitais como forma de assegurar a proximidade no atendimento e no relacionamento, sem prejuízo à qualidade dos serviços prestados. Contudo, a licitante vencedora deverá garantir a disponibilidade mínima dos seguintes profissionais para o atendimento à conta publicitária do Município:

- 1 (um) Diretor de Atendimento;
- 1 (um) Diretor de Criação;
- 1 (um) Diretor de Arte;
- 1 (um) Redator Publicitário;
- 1 (um) Arte-finalista;
- 1 (um) Profissional de Atendimento;
- 1 (um) Profissional de Planejamento;
- 1 (um) Profissional de Produção Gráfica;
- 1 (um) Profissional de Produção Eletrônica;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

- 1 (um) Profissional de Mídia;
- 1 (um) Profissional de Mídia Digital;
- 2 (dois) Responsáveis pelo setor administrativo/faturamento.

15.4. Será exigida, ainda, a alocação mínima de 4 (quatro) profissionais dedicados ao atendimento da Prefeitura de Pará de Minas, disponíveis para convocação para reuniões e ações presenciais que sejam do interesse da Prefeitura, sendo:

- 1 (um) Profissional de Atendimento;
- 1 (um) Profissional de Mídia;
- 1 (um) Profissional de Produção Gráfica;
- 1 (um) Profissional de Planejamento.

15.5. A manutenção dessa equipe mínima em proximidade física com a Secretaria Municipal de Cultura e Comunicação Institucional justifica-se pela necessidade de garantir maior agilidade no repasse de demandas e troca de informações, tempestividade no atendimento das necessidades da Administração e proximidade em relação a fornecedores locais de mídia e produção.

15.6. Não será obrigatória a disponibilização de toda a equipe técnica em Pará de Minas, exceto nos casos de convocação formal pela Secretaria Municipal de Cultura e Comunicação Institucional, com antecedência mínima de 48 (quarenta e oito) horas. O histórico de atendimentos dos últimos anos demonstra que a proximidade física pode ser suprida de forma eficaz pelos recursos digitais atualmente disponíveis, que permitem adequado acompanhamento, comunicação e relacionamento entre Administração e agência contratada.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

15.7. A composição mínima da equipe técnica observa o disposto no art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, segundo o qual a agência deve possuir capacidade para desempenhar, de forma integrada, o conjunto de atividades que compreendem: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. Para garantir a integralidade desse conjunto de atribuições, estabeleceu-se quantitativo mínimo de profissionais necessários à execução contratual.

15.8. Não obstante, o desempenho global da agência contratada será objeto de avaliação periódica, e a execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada pelo gestor e/ou fiscal do contrato, de modo a assegurar o estrito cumprimento das cláusulas contratuais.

15.9. A contratada não terá direito à execução dos valores máximos estimados da contratação, nem a qualquer indenização pela expectativa de consumo.

## **16 – DA SUBCONTRATAÇÃO**

16.1. Será admitida a subcontratação parcial do objeto desta contratação, desde que não se trate de parte essencial do serviço.

16.2. A contratada poderá subcontratar serviços técnicos necessários à execução do objeto, desde que previamente autorizados pela CONTRATANTE e em conformidade com a legislação vigente.

16.3. A subcontratação não transfere à SUBCONTRATADA quaisquer responsabilidades perante a CONTRATANTE, permanecendo a CONTRATADA integralmente responsável pela execução, qualidade, prazos e resultados dos serviços contratados.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**

16.4. É vedada a subcontratação integral do objeto, admitindo-se apenas a subcontratação parcial de atividades-meio ou complementares, desde que não descaracterizem a natureza do contrato. Assim, não serão permitidas subcontratações para:

- a) Estudo e planejamento estratégico: a definição de objetivos, estratégias e diretrizes da comunicação deve ser feita pela própria agência, pois envolve responsabilidade intelectual e alinhamento direto com a contratante;
- b) Conceituação e concepção das campanhas: a formulação de conceitos criativos e a concepção das peças publicitárias são atividades-fim da agência e não podem ser transferidas;
- c) Criação publicitária: a elaboração de textos, roteiros, layouts e peças criativas.

16.5. Serviços que poderão ser subcontratados:

- a) Produção técnica: tais como filmagem, fotografia, sonorização, animação, impressão gráfica;
- b) Serviços de veiculação e distribuição junto a veículos de comunicação e redes sociais;
- c) Atividades-meio ou complementares que não descaracterizem o objeto principal.

16.6. As atividades complementares configuram modalidade específica de subcontratação, prevista no art. 14 da Lei nº 12.232/2010, por meio da qual se executa parcela do contrato de publicidade. Ressalte-se que tal subcontratação não constitui faculdade da agência, mas sim requisito obrigatório para a adequada execução contratual.

16.7. Nessa sistemática, os preços praticados pelos fornecedores terceiros são intermediados pela agência, mas permanecem sob controle da Administração, por meio da Secretaria Municipal de Cultura e Comunicação



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

Institucional, que acompanha e aprova a coleta de orçamentos. Para cada serviço especializado executado (ex.: folder, cartaz, spot, vinheta, etc.), deverão ser apresentados no mínimo três orçamentos de fornecedores.

16.8. Quando o valor do serviço ultrapassar 0,5% do valor global do contrato, a contratação deverá ser precedida de sessão pública, com registro em ata e publicação no sítio eletrônico oficial da Secretaria, sendo obrigatória a coleta dos orçamentos em envelopes fechados, junto a pelo menos três fornecedores previamente cadastrados pelo Município.

16.9. A agência de publicidade, a título de acompanhamento e gestão da produção, fará jus ao recebimento de honorários incidentes sobre os valores dos fornecedores, os quais serão acrescidos ao montante contratado e pagos pelo anunciante.

16.10. O documento que formaliza a autorização para contratação de fornecedores especializados denomina-se Estimativa de Custo (EC). A produção de cada peça ou ação publicitária somente será iniciada após a assinatura da EC pelo gestor do contrato. Nesse documento constam: a identificação do fornecedor e do anunciante, as especificações do serviço contratado, os valores apresentados pelos três ou mais fornecedores pesquisados e o valor dos honorários devidos à agência.

**17 – PREVISÃO CONTRATUAL DE REAJUSTE DE PREÇOS, REACTUAÇÃO E REEQUILÍBRIO.**

17.1. O valor global anual estimado para o contrato é de R\$ 2.537.400,00 (dois milhões, quinhentos e trinta e sete mil e quatrocentos reais).

17.1.1. O valor do contrato é fixo e irredutível e a contratada fará jus ao pagamento apenas dos serviços executados.

17.2. Os valores de remuneração dos custos internos da contratada será reajustado com base na Lista Referencial de Preços vigente e publicada pelo Sindicato das Agências de Propaganda – SINAPRO do Estado de Minas Gerais.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

17.3. O licitante, ao apresentar sua proposta, ofertará um percentual de desconto sobre a referida tabela, o qual permanecerá fixo e imutável durante toda a vigência contratual, inclusive em eventuais prorrogações.

17.4. A atualização dos preços ocorrerá automaticamente em decorrência da publicação de nova tabela pelo SINAPRO, aplicando-se o percentual de desconto ofertado na licitação sobre os valores atualizados.

## **18 – DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

18.1. No caso do não cumprimento por parte do contratado, a Prefeitura Municipal de Pará de Minas/MG, reserva-se o direito de aplicar as penalidades previstas na Lei nº14.133/21.

## **19 - DA DISPOSIÇÕES GERAIS**

19.1. O Município de Pará de Minas/MG, reserva-se no direito de impugnar o fornecimento prestado, se esses não estiverem de acordo com as especificações contidas neste Termo de referência.

19.2. Os casos omissos serão resolvidos com base nos dispositivos constantes na Lei 14.133/2021.

19.3. Fica eleito o foro da Comarca de Pará de Minas/MG como único e competente para dirimir quaisquer demandas do presente contrato, por mais privilegiado que outro possa ser.

---

Tatiana Magalhães do Vale  
(Responsável pela elaboração)



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

**APROVO** o presente Termo de Referência, cuja finalidade é subsidiar a contratação de todas as informações necessárias ao fornecimento, estando presentes os elementos necessários à identificação do objeto e todos os critérios para contratação de forma clara e concisa, além de cumprir com o determinado na legislação.

Pará de Minas, 19 de março de 2026.

---

Identificação e assinatura da autoridade competente:

**Isabel Cristina Oliveira Faria Campos**

Secretária Municipal de Cultura e Comunicação Institucional

**Paulo Francisdale Ribeiro Santos**

Secretário Municipal de Esportes, Lazer e Turismo

**Gilberto Denoziro Valadares da Silva**

Secretário Municipal de Saúde

**Cláudia Assunção Faria**

Secretária Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social

**Marcos Aurélio dos Santos**

Secretário Municipal de Educação

**Fernando Antônio do Amaral**

Secretário Municipal de Gestão Pública



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

**Anexo I ao Termo de Referência**

**DETALHAMENTO DO OBJETO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE  
BRIEFING DA CAMPANHA**

CONCORRÊNCIA Nº  
PROCESSO LICITATÓRIO (PRC) Nº

Briefing

O presente briefing tem por objetivo orientar as agências de publicidade, interessadas em participar do processo licitatório da Prefeitura de Pará de Minas especialmente no que se refere à solicitação de uma campanha que integra a proposta técnica deste Termo de Referência. As agências de publicidade que participarem do certame deverão elaborar uma campanha institucional utilizando 15% da previsão do investimento anual de R\$ 2.537.400,00 (dois milhões, quinhentos e trinta e sete mil e quatrocentos reais), o que corresponde a R\$ 380.610,00 (trezentos e oitenta mil, seiscentos e dez reais) contemplando os seguintes aspectos:

TEMA – Pará de Minas tem se revelado uma cidade com forte vocação turística relacionada às áreas do esporte, cultura, gastronomia e agronegócio, além do comércio. Em 2025, a implantação da Rota Turístico-Cultural Benjamim de Oliveira assim como a inclusão e o retorno de promoções ao calendário de eventos consolidaram uma nova fase de interesse no turismo do município. Os projetos seguem em expansão pela Prefeitura com o intuito de aproveitar o potencial turístico de Pará de Minas com mais eficiência e organização, considerando a infraestrutura já existente da rede hoteleira, restaurantes, espaços esportivos, parques e o fácil acesso, além da valorização do patrimônio histórico, cultural e natural. Junto com esse esforço e planejamento, a administração municipal quer reforçar junto à sua população e aos setores produtivos do município, por meio de uma campanha publicitária, que o aumento do fluxo de visitantes está relacionada à hospitalidade, à qualidade dos produtos e serviços, à segurança, à tecnologia e às práticas sustentáveis. Como



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL**

estratégia de desenvolvimento, o turismo local pode se transformar em uma série de oportunidades significativas como a geração de emprego e renda.

Público alvo – população de Pará de Minas

Prazo de veiculação – 30 dias

Peças:

- Filme/VT 30 segundos
- Spot 30 segundos
- Outdoor
- Backbus
- Backdrop
- Folder
- AD ½ página para jornal tabloide
- Criação de post/card formato: carrossel, mutiprodutos, stories estático
- Criação de post/card formato: animação 2D – post reels
- Criação de banner estático para portal
- Apresentação do relatório de investimentos
- Apresentação do plano de mídia com a inclusão do tráfego pago
- Apresentação da defesa da campanha

A campanha deverá ser apresentada sob a forma gráfica.

## Assinantes

---

## Veracidade do documento



Documento assinado digitalmente.  
Verifique a veracidade utilizando o QR Code ao lado ou acesse o site **[verificador-assinaturas.plataforma.betha.cloud](https://verificador-assinaturas.plataforma.betha.cloud)** e insira o código abaixo:

**8WL****WJZ****8Y4****K1V**

## Assinantes

---

## Veracidade do documento



Documento assinado digitalmente.  
Verifique a veracidade utilizando o QR Code ao lado ou acesse o site **verificador-assinaturas.plataforma.betha.cloud** e insira o código abaixo:

**8WL****WJZ****8Y4****K1V**