



PREÂMBULO DO EDITAL DE LICITAÇÃO

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 42/2026**

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

REGIME DE EXECUÇÃO: EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO

ÓRGÃO REQUISITANTE: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO.

DATA DE ABERTURA: 16/06/2026

HORÁRIO: 09h00min

1 – OBJETO

1.1. Constitui objeto desta Concorrência Pública a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG**, conforme disposições constantes do edital.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sendo o processo licitatório e a contratação regida pela Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/65 Decreto Federal 57.690, de 1 de fevereiro de 1966, parcialmente modificado pelo Decreto Federal 4.563, de 31 de dezembro de 2002, Código de Auto-regulamentação Publicitária, Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão e Lei nº 14.133/21, e demais legislações pertinentes estabelecidas neste Edital e seus anexos.

2 – PRAZO

2.1. A CONTRATADA deverá assinar o Contrato no prazo de até 05 (cinco) dias consecutivos a partir do comunicado expedido pelo Município de Pouso Alegre.

2.2. Fica designado como local para assinatura do contrato a sede da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre – MG, situada na Rua dos Carijós, nº 45, Centro, na cidade de Pouso Alegre – MG, CEP 37550-050 ou na modalidade digital encaminhada por e-mail.

2.3. O prazo de vigência do contrato será de 01(um) ano, contado do primeiro dia útil subsequente à data de divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, na forma do artigo 105 da Lei nº 14.133 de 2021.

2.3.1. O contrato será regido pelo disposto no art. 107 da Lei nº 14.133/2021, e poderá ser prorrogado sucessivamente, mediante acordo entre as partes, observando-se a vigência máxima de 10 (dez) anos, conforme estabelecido pela legislação vigente.

2.3.2. Considerando tratar-se de serviço de natureza contínua, cuja execução demanda estabilidade, planejamento e economicidade, a prorrogação da vigência, quando demonstrada sua vantajosidade, assegura a continuidade das atividades, evita interrupções e reduz os custos administrativos decorrentes da realização de novos certames. Tal extensão permanece sempre condicionada ao interesse público e à avaliação prévia da Administração.

2.3.3. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais realizados pelo Fiscal Técnico.

2.4. Os serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas do Município de Pouso Alegre deverão ser entregues em até 15 (quinze) dias a contar da entrega da ordem de serviço.





2.5. Os atrasos na execução dos serviços, somente serão justificáveis quando decorrerem de casos fortuitos ou de força maior, conforme da Lei nº 14.133/21, suas alterações e disposições contidas no Código Civil Brasileiro.

2.6. Em caráter excepcional e na eventualidade de haver a determinação de algum prazo não previsto no Edital, em decorrência de alguma eventualidade que possa surgir durante a execução dos serviços, este será determinado pela CONTRATANTE.

2.7. A contratada deve reparar, corrigir, refazer no todo ou em parte, o(s) serviço (s) em que se verifiquem danos, defeitos, vícios, falhas e/ou imperfeições em decorrência da má execução do serviço, bem como providenciar o refazimento do(s) mesmo(s), no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contados da notificação que lhe for entregue oficialmente;

2.7.1. Em casos excepcionais, em que o cumprimento do prazo estabelecido seja comprometido por razões justificáveis, como a necessidade de ajustes no processo criativo, dependência de fornecedores ou terceiros, ou outros fatores devidamente comprovados, o prazo poderá ser estendido mediante justificativa formal da contratada e anuência expressa da contratante.

2.8. A contratada deverá informar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data dos serviços a serem prestados, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.

3 – DO VALOR ESTIMADO DAS DESPESAS E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1. O valor total desta contratação está estimado em R\$ 3.500.000,00 (três milhões quinhentos mil reais) para um período de 12 (doze) meses de execução contratual.

3.2. As despesas correspondentes à execução desta aquisição contrato correrão por conta da seguinte Dotação Orçamentária:

FICHA	RECURSO	ORIGEM	DOTAÇÃO	DESCRIÇÃO
374	150000000000	PRÓPRIO	02.04.2093.0004.0122.0013.33390390000000000000	MANUTENÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO

Pouso Alegre/MG, 17 de abril de 2026.

Assinado eletronicamente por:
JAQUELINE LIMA DA
COSTA:***312116**
*** 312.116-**
SECRETARIA C.SOCIAL LAZER
E TURISMO
Jaqueline Lima da Costa
Secretária de Comunicação Lazer e Turismo





EDITAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 42/2026

PROCESSO LICITATÓRIO REGIDO PELAS LEI FEDERAIS Nº 12.232/2010 e 14.133/2021

MODO DE DISPUTA: FECHADO

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

REGIME DE EXECUÇÃO: EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO

ÓRGÃOS REQUISITANTES: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO

ABERTURA DA SESSÃO: Dia 16/06/2026 às 09h00min.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG.

1-Torna-se público, para conhecimento dos interessados, que o Município de Pouso Alegre, por meio da Superintendência de Gestão de Recursos Materiais, sediada na Rua Lucy Vasconcelos Teixeira, nº 230, Bairro Mirante do Paraíso, na cidade de Pouso Alegre/MG, CEP 37560-000, realizará licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, nos termos das Leis nº 12.232/2021, Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 e demais legislações pertinentes estabelecidas neste Edital.

2 – O Edital e seus Anexos poderão ser obtidos gratuitamente no site da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre (MG), através do endereço eletrônico www.pousoalegre.mg.gov.br e no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), através do endereço eletrônico <https://www.gov.br/pncp/pt-br>.

3 – Toda e qualquer alteração que possivelmente ocorrer neste Edital, tais como errata, adendo, suspensão ou revogação, deverá ser consultada pelos pretensos licitantes no endereço eletrônico <https://www.gov.br/pncp/pt-br>, bem como, no site da Prefeitura Municipal <https://pousoalegre.mg.gov.br/>.

4 – A Administração não se responsabilizará caso o pretenso licitante não visualize a alteração no Site supracitado, consequentemente desconhecendo o teor dos Avisos publicados.

5 – Dúvidas e eventuais pedidos de esclarecimentos poderão ser encaminhados para o endereço eletrônico licitapamg@gmail.com.

6 – Não havendo expediente na data supracitada, a data limite para encaminhamento das Propostas Comerciais, bem como, a data para a sessão da Concorrência ficará prorrogada para o primeiro dia útil subsequente, nos mesmos termos e horários.

7 – A Comissão de Contratação ou Licitação receberá os envelopes dos interessados em participar desta licitação, na Secretaria Municipal de Licitações e Contratações Públicas, situada na Rua Lucy Vasconcelos Teixeira, nº 230, Mirante do Paraíso, Pouso Alegre/MG (Próximo a Unilever).

1. DO OBJETO

1.1. O objeto do presente licitação é **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA**





MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

1.2. O critério de julgamento adotado será **TÉCNICA E PREÇO**, observadas as exigências contidas neste Edital e seus Anexos quanto às especificações do objeto.

2. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

2.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos à execução do contrato;

2.2. À criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

2.3. à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

2.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

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

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

3. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas correspondentes à execução desta aquisição contrato correrão por conta da seguinte Dotação Orçamentária:

FICHA	RECURSO	ORIGEM	DOTAÇÃO	DESCRIÇÃO
374	150000000000	PRÓPRIO	02.04.2093.0004.0122.0013.3339039000000000000	MANUTENÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO

4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

4.2. Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;

b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;





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

4.3. DA PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

4.3.1. Será concedido tratamento favorecido para as microempresas e empresas de pequeno porte, para as sociedades cooperativas mencionadas no artigo 16 da Lei nº 14.133, de 2021, para o agricultor familiar, o produtor rural pessoa física e para o microempreendedor individual – MEI, nos limites previstos da Lei Complementar nº 123, de 2006.

4.3.2. A obtenção de benefícios dos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123/2006 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

4.3.3. Não serão aplicadas as disposições constantes dos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123/2006:

4.3.3.1. No caso de licitação para aquisição de bens ou contratação de serviços em geral, ao item cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;

4.3.3.2. No caso de contratação de obras e serviços de engenharia, às licitações cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

4.3.4. Os licitantes que invocarem a condição de microempresas ou empresas de pequeno porte para fins de exercício de quaisquer dos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006 e reproduzidos neste edital, **deverão apresentar ainda os seguintes documentos durante a fase de habilitação:**

4.3.4.1. **CERTIDÃO SIMPLIFICADA DA JUNTA COMERCIAL** atualizada do estado sede da licitante, comprovando a condição de ME, EPP ou MEI.

4.3.4.2. **CERTIFICADO DA CONDIÇÃO DE MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL – CCMEI** quando se tratar de Microempreendedor Individual (MEI), podendo substituir o contrato social ou estatuto.

4.3.4.3. Declaração, firmada pelo representante legal da empresa, de enquadramento e de não haver nenhum dos impedimentos previstos no § 4º do art. 3º da LC 123/2006, conforme modelo anexo a este edital, de acordo com o caso concreto (**ANEXO X** do edital).

5. DA VEDAÇÃO À PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIO

Estabelece o artigo 15, caput, da Lei 14.133/21 que “salvo vedação justificada no processo licitatório, pessoa jurídica poderá participar da licitação em consórcio”; neste sentido é que se justifica que, para o presente processo não é cabível a participação de consórcios, uma vez que a execução é integralmente atribuída a única entidade empresarial, cabendo a ela a organização de todos os elementos necessários para consecução do objeto. Ademais, vale ressaltar que o art. 2º, §§ 3º e 4º, da Lei n. 12.232/2010 restringe a possibilidade de contratação simultânea:





Art. 2º [...] Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizada no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3o deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

6. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

6.1. Até 03 (três) dias úteis antes da data designada para a abertura da sessão pública, qualquer pessoa poderá impugnar este Edital, conforme regulado pelo artigo 164 e seguintes da Lei Federal nº 14.133/2021.

6.2. A impugnação deverá ser enviada exclusivamente no endereço eletrônico licitapamg@gmail.com ou protocolado na Secretaria Municipal de Licitações e Contratações Públicas, na Rua Lucy Vasconcelos Teixeira, nº 230, Bairro Mirante do Paraíso, CEP 37560-000 – Pouso Alegre-MG.

6.3. Informações relativas à presente licitação poderão ser obtidas conforme segue, de acordo com seu teor:

6.3.1. QUESTÕES TÉCNICAS ou JURÍDICAS – deverão ser formuladas por escrito e dirigidas ao Agente de Contratação e encaminhadas para a Comissão de Contratações, que deverá ter o seu recebimento confirmado até 03 (três) dias úteis antes do prazo marcado para abertura do certame.

6.3.2. QUESTÕES DIVERSAS – poderão ser obtidas informações no endereço eletrônico licitapamg@gmail.com ou na Secretaria Municipal de Licitações e Contratações Públicas, na Rua Lucy Vasconcelos Teixeira, nº 230, Bairro Mirante do Paraíso, CEP 37560-000 – Pouso Alegre-MG, com a identificação completa da empresa autora da impugnação, assinatura de seu representante legal e cópia simples do documento que comprove esta condição, observado o prazo previsto no art. 164 da Lei 14.133/2021, de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

6.3.2.1. No instrumento de impugnação, é obrigatória a menção a documento pessoal, em se tratando de pessoa física, e de CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, mais nome para contato, endereço, telefone e endereço eletrônico.

6.4. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante esta Prefeitura, a licitante que não o fizer até o terceiro dia útil antecedente à abertura da sessão pública.

6.5. A Comissão de Contratações decidirá sobre a impugnação, bem como responderá às questões formuladas pelas licitantes.

6.6. Não serão conhecidas as impugnações subscritas por representantes não habilitados legalmente.

6.7. Caberá ao Agente de Contratação, auxiliado pelo setor técnico competente, decidir sobre a impugnação no prazo de até 3 (três) dias úteis.

6.8. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação de propostas.





6.9. Os pedidos de esclarecimentos referentes a este processo licitatório deverão ser enviados ao Agente de Contratação, até 03 (três) dias úteis anteriores à data designada para abertura da sessão pública, exclusivamente por meio eletrônico no endereço licitapamg@gmail.com ou protocolados na Secretaria Municipal de Licitações e Contratações Públicas, na Rua Lucy Vasconcelos Teixeira, nº 230, Bairro Mirante do Paraíso, CEP 37560-000 – Pouso Alegre-MG.

6.10. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

6.11. A participação no certame, sem que tenha sido tempestivamente impugnado o presente Edital, implica a aceitação por parte dos interessados das condições nele estabelecidas.

6.12. As respostas às impugnações e aos esclarecimentos solicitados, bem como outros avisos de ordem geral, serão realizadas por meio eletrônico no endereço licitapamg@gmail.com, sendo de responsabilidade dos licitantes, seu acompanhamento.

6.13. Não serão conhecidas as impugnações apresentadas após o respectivo prazo legal ou, no caso de empresas, que estejam subscritas por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela proponente.

6.14. A petição de impugnação apresentada por empresa deve ser firmada por sócio, pessoa designada para a administração da sociedade empresária, ou procurador, e vir acompanhada, conforme o caso, de estatuto ou contrato social e suas posteriores alterações, se houver, do ato de designação do administrador, ou de procuração pública ou particular (instrumento de mandato com poderes para impugnar o Edital).

6.15. Não serão conhecidas as impugnações enviadas pelo correio ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei as petições originais não tiverem sido protocolizadas.

7. CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

7.1. Nos termos do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, a análise e o julgamento das propostas técnicas competirão à Subcomissão Técnica.

7.2. A Subcomissão Técnica será constituída mediante sorteio a ser realizado em sessão pública, dentre relação previamente publicada, observando-se a composição mínima legal, com ao menos 1/3 (um terço) de membros sem vínculo com a Administração.

7.3. Os membros sorteados serão posteriormente nomeados por ato da autoridade competente, após o prazo legal para eventuais impugnações.

7.4. Compete à Subcomissão Técnica a análise e julgamento das Propostas Técnicas, nos termos do edital.

7.5. Sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação de determinado quesito for superior a 20% da pontuação máxima, a Subcomissão Técnica deverá proceder à reavaliação das notas, visando restabelecer o equilíbrio, conforme critérios do edital.

7.6. Caberá ainda à Subcomissão Técnica manifestar-se sobre eventuais recursos relativos ao julgamento técnico, quando solicitada.

8. DAS CONDIÇÕES GERAIS PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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





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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

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

8.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

8.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.

8.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, é composto pelos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, parte deste Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

8.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Pouso Alegre para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

8.6.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação prevista no Briefing, compreendendo:





a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer e como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

8.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

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

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

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

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de R\$300.000,00 (trezentos mil reais).

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

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

Nessa simulação:

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





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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

8.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I - Ter a identificação da licitante;

II - Ser datado;

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

Capacidade de Atendimento

8.8. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

8.9. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.9.1. Os documentos e informações e o caderno específico mencionado no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.2.





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

8.9.3. O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

8.9.4. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

8.9.5. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2023.

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

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

8.9.8. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Pouso Alegre/MG.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

8.10. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.11. Os documentos e informações e o caderno específico mencionado no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.

8.12. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

O Relato deverá:

- I – Ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III – Não pode se referir a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Pouso Alegre/MG.
- IV – Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

8.14. As ações de que trata o subitem 24.12 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2023.

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

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





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

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

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

9. DA ABERTURA DA LICITAÇÃO

9.1. No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão de Contratações e realizada em conformidade com a legislação pertinente.

9.2. Quanto aos representantes:

a) Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemblado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou se tratando de sociedade simples, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

b) Tratando-se de **Procurador**, instrumento público de procuração ou instrumento particular assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar os demais atos pertinentes ao certame. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma da alínea “a”.

9.2.1. O representante legal e ou procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, **fora dos envelopes**.

9.2.2. A licitante que não contar com **representante** presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa ou faltante, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

9.2.2.1. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

9.2.3. Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

9.3. Recebimento dos Envelopes: Proceder-se-á o recebimento dos envelopes **1, 2, 3 e 4** contendo os documentos da Proposta Técnica e Proposta de Preços, observado as regras abaixo:

I – ENVELOPE 1

a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;

b) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, **obrigatoriamente**, pela Prefeitura Municipal;

I. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 08h00min às 17h00min em dias úteis, no endereço Rua Lucy Vasconcelos Teixeira, nº 230, Mirante Paraíso, Pouso Alegre/MG. A retirada do referido invólucro poderá também ser retirada no próprio dia da primeira sessão da licitação, desde que realizada antes do horário estabelecido para o recebimento dos envelopes.





II. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

c) Deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

d) Não poderá:

1. Ter nenhuma identificação;

2. Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

3. Estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

e) Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

II – ENVELOPE 2

a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, em papel timbrado da licitante, que conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à Ideia Criativa;

b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste envelope;

d) deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 2

PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE
CONCORRÊNCIA Nº 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO nº 42/2026

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

Denominação social
Cadastro no CNPJ/MF da Licitante

III – ENVELOPE 3

a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

b) **O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;**

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** que possibilite a identificação da autoria deste;





d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3

PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE
CONCORRÊNCIA Nº 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO nº 42/2026

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Denominação social
Cadastro no CNPJ/MF da Licitante

IV – ENVELOPE 4

- a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **ENVELOPE 4**;
- b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (**Envelope 1**) e possibilite a identificação da autoria deste.
- d) O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 4

PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE
CONCORRÊNCIA Nº 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO nº 42/2026

PROPOSTA DE PREÇOS

Denominação social
Cadastro no CNPJ/MF da Licitante

10. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

10.1. O envelope 1 – PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, **sem a identificação da licitante, e com os respectivos anexos**, ou seja, os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em pendrive, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir.

10.1.1. Plano de Comunicação Publicitária – será constituído por caderno específico composto dos quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – Anexo II e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes:

10.1.1.1. Raciocínio Básico será desenvolvido por meio de textos nos quais a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **PREFEITURA**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

10.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária será desenvolvido por meio de textos, nos quais a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:





10.1.1.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Prefeitura de Pouso Alegre/MG.

10.1.1.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: “o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

10.1.1.3. Ideia Criativa a licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

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

10.1.1.3.2. A relação das peças deverá ser apresentada em dois blocos, sendo que no primeiro bloco, deverão ser relacionadas as peças corporificadas, limitadas a 10 (dez) peças e no segundo bloco, as peças não corporificadas, sem número limitado de peças.

10.1.1.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I – Ser apresentados sob a forma de:

- a. roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b. protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c. storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

II – Limitar-se, **sob pena de desclassificação**, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

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

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

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

10.1.1.3.7. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.





10.1.1.3.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- a. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;
- b. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- c. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

10.1.1.3.9. Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **envelope 1**. As peças que não se ajustem às dimensões do **envelope 1** poderão ser dobradas.

10.1.1.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura – sem limitação de cores, sem suporte e ou *passe-partout*, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

10.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser desenvolvida por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

- a. Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no Briefing – Anexo II.
- b. Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 10.1.1.3.1.

10.1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações sobre:

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

10.1.1.4.2. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

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

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

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





10.2. Envelope 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA

10.2.1. O Plano de Comunicação Publicitário – Via Identificada, deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação de publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.3. Envelope 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação)

Os documentos e informações deste envelope **NÃO poderão** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do **Envelope 2**.

10.3.1. A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

- a) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato;
- a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- a1) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Prefeitura.
- b) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.
- c) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

10.3.2. REPERTÓRIO

10.3.2.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.3.2.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionado no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº2.

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

10.3.2.4. O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

10.3.2.5. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.





10.3.2.6. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2023.

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

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

10.3.2.9. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Pouso Alegre/MG.

10.3.2.10. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 10.3.2.5. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

10.3.2.11. A proporcionalidade a que se refere o subitem 10.3.2.10. será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.5.

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

10.3.3 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

10.3.3.1. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

10.3.3.1.1. As propostas de que trata o subitem 10.3.3.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2023.

10.3.3.1.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 10.3.3 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.3.3.1.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura seja ou tenha sido signatária.

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

10.3.3.1.5 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.

10.3.3.2 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 10.3.3.1 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 10.3.3.1, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não;
- c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.





10.4. Envelope 4 – ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

10.4.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do **Anexo VII**, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores e o percentual de remuneração incidente sobre o valor da contratação de mídia digital, nas formas abaixo:

- a) à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- b) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que esses veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65 e ainda,
- e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4.563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da Lei 12.232/2010, que dispõe que a apresentação da Proposta de Preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I – Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e nem remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que esses veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão.

II – Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;

III – Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV – O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V – O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.).

10.4.2 A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

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

10.4.4 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 10.4.1, remuneração sobre mídia digital e pelo desconto concedido sobre a Lista de Referência de Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

10.4.5 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

10.5. Envelope 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO





10.5.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas, deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão de Contratações.

10.5.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **envelope 5**, que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e deverá conter os seguintes dizeres em sua face externa:

ENVELOPE 5

PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE

CONCORRÊNCIA Nº 03/2026

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº 42/2026

DOCUMENTO PARA HABILITAÇÃO

Denominação social

Cadastro no CNPJ/MF da Licitante

10.5.3. Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos relacionados nos subitens abaixo.

10.5.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA

10.5.4.1 Registro comercial, no caso de empresa individual;

10.5.4.2 Ato constitutivo e alterações subsequentes devidamente registrados, em se tratando de sociedade comercial, e no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

10.5.4.3 Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada da prova de diretoria em exercício;

10.5.4.4 Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

10.5.4.5 Em se tratando de Micro Empreendedor Individual – MEI, o Contrato Social ou Estatuto poderá ser substituído pelo Certificado da Condição de Micro Empreendedor Individual – CCMEI.

10.5.4.5 Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva;

10.5.5 REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

10.5.5.1 Documentos de Regularidade Fiscal e Trabalhista:

a) Prova de inscrição no **Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ)**;

b) Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

c) Prova de regularidade para com a **Fazenda do Município** da sede ou domicílio da licitante, relativa aos tributos mobiliários e imobiliários, dentro do prazo de validade.

d) Prova de regularidade para com a **Fazenda Federal**, mediante a apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal, dentro do prazo de validade.

e) Prova de regularidade para com a **Fazenda Estadual**, que deverá ser feita através da apresentação da Certidão Negativa de Débitos – CND, dentro do prazo de validade.





f) Prova de regularidade para com o **Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS**, que deverá ser feita através da apresentação do CRF, emitido pela Caixa Econômica Federal, dentro do prazo de validade.

g) Prova da regularidade dos **Débitos Trabalhistas**, de acordo com a Lei Federal 12.440/2011, dentro do prazo de validade.

h) **As microempresas e empresas de pequeno porte**, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida para a comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição;

I) Havendo alguma restrição na comprovação **da regularidade fiscal e trabalhista**, será assegurado o prazo de **05 (cinco) dias úteis, a contar da convocação da agente de contratação para apresentação**, prorrogáveis por igual período, a critério da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas, com efeito, de certidão negativa;

II) A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará a **decadência do direito à contratação**, sem prejuízo das sanções previstas neste edital, procedendo-se a convocação dos licitantes para, em sessão pública, retomar os atos referentes ao procedimento licitatório.

10.5.5.2 As certidões que não possuem especificação a respeito do prazo de validade serão aceitas com até 90 (noventa) dias da data de sua expedição.

10.5.6 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

10.5.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta concorrência, mediante a apresentação de atestado(s) expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, inciso I e II, da Lei 12.232/10, bem como o parágrafo 5º, do art. 67 da lei 14.133/21.

10.5.1.1. Caso solicitado pela Comissão, o licitante deverá apresentar as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, disponibilizando, entre outros documentos, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual do CONTRATANTE e local em que foram prestados os serviços.

10.5.2. Apresentação de 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 art. 4º caput e seu parágrafo §1º da Lei nº 12.232/2010.

10.5.2.1. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

10.5.3. Declaração da licitante, devidamente assinada, de que tomou conhecimento do instrumento convocatório, conforme VI do art. 67 da Lei 14133/21.

10.5.4. Os documentos devem ser apresentados em via original ou cópia autenticada por cartório competente ou por servidor público do Município de Pouso Alegre ou ainda, por publicação em órgão de imprensa oficial ou impresso de sítios oficiais do órgão emissor.

10.5.5. Os documentos de habilitação devem estar válidos e em vigor na data da abertura dos invólucros.

10.5.7 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

10.5.7.1. Documentos de Qualificação Econômica:





a) Certidão Negativa de Falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em data não anterior a sessenta dias da abertura da sessão pública desta CONCORRÊNCIA, se outro prazo não constar do documento.

b) Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

b.1) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

b.2) Serão considerados “na forma da lei”, dentre outros, o Balanço Patrimonial (inclusive o de abertura) e demonstrações contábeis assim apresentados: a) publicados em Diário Oficial; ou b) publicados em Jornal; ou c) por cópia ou fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou junto aos Ofícios de Registros local do Comércio (cartórios) delegados para esse fim; ou d) por cópia ou fotocópia do livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou junto aos Ofícios de Registro local do Comércio (cartórios) delegados para esse fim, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento; ou e) escrituração contábil digital, conforme Instrução Normativa RFB nº 1774, de 22 de dezembro de 2017.

b.3) A boa situação financeira será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

b.3.1.) As fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço.

b.3.2.) Caso o memorial não seja apresentado, a Comissão de Licitações reserva-se o direito de efetuar os cálculos ou encaminhá-los ao setor de contabilidade para que os façam.

b.3.3) Se necessária, a atualização do balanço e do patrimônio líquido deverão ser apresentados juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente.

b.3.4.) Todas as licitantes deverão apresentar os documentos específicos para a participação nesta concorrência, devendo ser entregues numerados, de preferência sequencialmente e na ordem deste edital, a fim de permitir celeridade na conferência e exame correspondentes:

b.3.5.) A licitante que apresentar em qualquer dos índices acima indicados (LG, SG e LC) valor igual ou inferior a um, deverá comprovar que possui capital mínimo ou o valor do patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais.

10.5.7.2. Justificativa da Qualificação Econômica Financeira





A exigência de qualificação econômico-financeira fundamenta-se na natureza e na complexidade do objeto desta contratação, que tem por objeto a Contratação de Serviço de Publicidade e Propaganda Prestadas por Intermédio de Agência Especializada para atender a Prefeitura Municipal de Pouso Alegre/MG.

Além disso, trata-se de contratação de valor significativo e que demanda capacidade financeira comprovada por parte da contratada para garantir a adequada e ininterrupta prestação dos serviços.

Essas exigências se dão devido aos custos elevados e contínuos, demandando da empresa estrutura financeira sólida para absorver eventuais oscilações de mercado, como o aumento de despesas operacionais ou necessidades emergenciais, sem comprometer a execução contratual.

Assim, a comprovação de patrimônio líquido mínimo, demonstrações contábeis e índices econômico-financeiros adequados não configura restrição à competitividade, mas torna-se uma medida necessária para impedir a contratação de empresas que não possuam condições reais de sustentar os gastos inerentes ao objeto.

A qualificação econômico-financeira, portanto, é medida proporcional e compatível com os riscos do contrato, garantindo:

- A boa execução dos serviços;
- A segurança jurídica e financeira do Município;
- A continuidade das atividades essenciais de limpeza, remoção e transporte;
- A prevenção de interrupções decorrentes de incapacidade financeira da contratada;
- A adequada prestação do serviço ao interesse público.

Dessa forma, as exigências econômico-financeiras previstas no instrumento convocatório visam assegurar que apenas empresas com efetiva capacidade de cumprir integralmente as obrigações assumidas participem do certame, conferindo maior segurança ao município e regularidade à execução contratual.

10.5.8. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

As licitantes, quando aplicável, deverão apresentar também a Declaração de Conhecimento do Edital constantes do ANEXO VI.

11 – DA ABERTURA DOS ENVELOPES:

11.1. Os **envelopes 1, 2, 3 e 4** serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão e pelas licitantes presentes.

11.1.1. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão de Contratações em contrário.

11.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica **NÃO** poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

11.2. PRIMEIRA SESSÃO

11.2.1 Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

11.2.1.1. identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.2;



11.2.1.2. entrega dos **envelopes 1, 2, 3 e 4;**

11.2.1.2.1. O não recebimento do **envelope 1**, também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

11.2.1.3. rubricar, no fecho, os envelopes 2 e 4 que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão de Contratações, e separá-los dos envelopes 1 e 3.

11.2.1.4. retirar e rubricar o conteúdo do envelope 1 e 3.

11.2.2. Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

11.2.3. A Comissão, antes da abertura do **envelope 1**, adotará medida para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

11.2.4. Abertos os **envelopes 1 e 3**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

11.2.5. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **envelopes 1 e 3** observarão os seguintes procedimentos:

- a) suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação;
- b) encaminhamento dos **envelopes 1** pela Comissão de Contratações à Subcomissão Técnica;
- c) elaboração e encaminhamento pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratações, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, **envelopes 1** devidamente fechados, com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.
- d) encaminhamento dos **envelopes 3**, pela Comissão de Contratações à Subcomissão Técnica;
- e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, **envelopes 3** devidamente fechados, com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.2.6. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 12.15, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

11.2.7. O disposto no subitem 12.15 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes 2.

11.2.8. As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações e justificativas de cada membro para cada quesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

11.3 SEGUNDA SESSÃO





11.3.1. Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratações designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.2;
- b) abertura e rubrica do conteúdo do **envelope 2**, cotejo das vias não identificadas (**envelope 1**) com as vias identificadas (**envelope 2**) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos).
- c1) Executar o sorteio previsto no subitem 12.27., quando for o caso.

11.3.2. Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que forem desclassificadas.

11.3.3. Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.

11.3.3.1. Havendo desistência expressa de todos os licitantes, do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão de Contratações dará prosseguimento ao certame.

11.4. TERCEIRA SESSÃO

11.4.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratações designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – **Envelope 4** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.2;
- b) abertura dos envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes.
- c) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação.
- d) **Do julgamento das propostas caberá recurso.**

11.5. QUARTA SESSÃO

11.5.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratações designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – **Envelope 5** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.2;
- b) recebimento e abertura dos **envelopes 5**, das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei 14.133/21 e exigências fixadas no Edital.
- c) caso a Comissão de Contratações julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão.
- d) do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, caberá recurso.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1. A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.





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

12.3. Plano de Comunicação Publicitária

12.3.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão (até 10 pontos):

- a)** das funções e do papel do Município de Pouso Alegre nos contextos social, político e econômico (até 2,5 pontos);
- b)** da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de com seus públicos (até 2,5 pontos);
- c)** das características do Município de Pouso Alegre e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (até 2,5 pontos);
- d)** sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (até 2,5 pontos).

12.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (até 20 pontos):

- a)** Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Pouso Alegre e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação (até 5 pontos);
- b)** A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos (até 5 pontos);
- c)** A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Pouso Alegre com seus públicos (até 5 pontos);
- d)** a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Pouso Alegre (até 5 pontos).

12.3.3. Ideia Criativa (até 20 pontos):

- a)** sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Pouso Alegre (até 5 pontos);
- b)** sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (até 5 pontos);
- c)** sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (até 5 pontos);
- d)** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (até 5 pontos).

12.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (até 15 pontos)

- a)** O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (até 3 pontos);
- b)** A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (até 3 pontos);
- c)** A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores (até 3 pontos);
- d)** A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal (até 3 pontos);
- e)** A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material (até 3 pontos).

12.4. Capacidade de Atendimento (até 15 pontos)

- a)** O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (até 3 pontos);
- b)** A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (até 3 pontos);
- c)** A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato (até 3 pontos);
- d)** A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal e a licitante, esquematizado na proposta (até 3 pontos);





e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato (até 3 pontos).

12.5. Repertório (até 10 pontos):

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (até 5 pontos);
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material (até 5 pontos).

12.6. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (até 10 pontos):

- a) A evidência de planejamento publicitário (até 2,5 pontos);
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (até 2,5 pontos);
- c) A relevância dos resultados apresentados (até 2,5 pontos);
- d) A concatenação lógica da exposição (até 2,5 pontos).

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

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

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

12.9. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

12.10. A Subcomissão reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a **20% (vinte por cento)** da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.11 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.12. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.13. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

12.15. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica.
- c) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.





B) DA PROPOSTA DE PREÇOS E DO SEU JULGAMENTO

12.16. Deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do Anexo VII – Modelo de Proposta de Preços.

12.17. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

12.18. As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

12.20. A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

- a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;
- c) honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar essa com o desconto de agência;
- e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato da Agência de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO MG, a ser concedido pela agência à Prefeitura Municipal.

12.21. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura:

12.21.1 Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

12.21.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

12.22 A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento no prazo de 30 (trinta) dias a contar do recebimento da nota fiscal.

12.23. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

12.24. A classificação se dará da seguinte forma:

- a) percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:





PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	ATÉ 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	ATÉ 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	ATÉ 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

d) percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	ATÉ 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

e) desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos 12.4

PONTOS	DESCONTO SOBRE A LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS
20	De 50% ou acima de 50%
15	De 45% a 49%





12	De 40% a 44%
10	De 30% a 39%

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

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência por esses veículos de divulgação.

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

NFPC= D1+D2+D3+D4+D5

C) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

12.25. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

PF = (NFPT X 0,70) + (NFPP X 0,30), onde:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

12.26. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

12.27. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

12.28. Será considerada vencedora, a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

12.29. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

12.30. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

12.31. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º. do artigo 3º. do citado dispositivo e que no cano calendário da realização da





licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

13. DA HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratações pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

13.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

13.1.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista no subitem 10.5.4.

13.2. A Comissão de Contratações analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

13.2.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura Municipal reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

13.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.3.1. Serão aceitas certidões positivas de débito, com efeitos de negativa, nos termos do artigo 206 do Código Tributário Nacional.

13.3.2. A documentação conforme o caso deverá ser compatível com as respectivas inscrições nas esferas Federal, Estadual e Municipal, sendo vedada, na apresentação, a mesclagem dos documentos de estabelecimentos diversos (números de inscrição no C.N.P.J., I.E., e C.C.M.).

13.3.3. Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

13.3.4. Caso a licitante pretenda que um dos seus estabelecimentos, que não o participante desta licitação, execute o futuro contrato, deverá ser apresentada a documentação de ambos os estabelecimentos.

13.3.5. Para efeito da validade das certidões de regularidade de situação perante a Administração Pública, se outro prazo não constar da lei ou do próprio documento, será considerado o lapso de 06 (seis) meses entre a data de sua expedição e a da abertura do certame.

13.3.6. A aceitação dos documentos obtidos via “internet” ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela Comissão de Contratações.

13.3.7. Os documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião por força de Lei, ou a publicação em órgão da imprensa na forma da lei e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese da apresentação de documentos originais.

13.3.8. As autenticações poderão ser feitas pelos membros da Comissão de Contratações, mediante cotejo da cópia com o original.





13.3.9. Os documentos exigidos para habilitação, não poderão, em hipótese alguma, ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame, exceto na situação do inciso I do subitem 10.5.5.1.

14. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO

14.1. Após o julgamento a Comissão de Contratações encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, adjudicar e homologar o objeto do certame à empresa vencedora e, após, a adjudicatária será convocada para assinar e retirar o Contrato.

14.2. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do **Anexo IX**, deste Edital.

14.3. A adjudicatária deverá no prazo de 05(cinco) dias úteis, contados da data da convocação comparecer para assinatura do contrato, observado o prazo de validade da proposta.

14.4. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado por igual período mediante solicitação expressa da adjudicatária.

14.5. Quando, nos termos previstos no artigo 90 da Lei 14.133/21, o instrumento contratual for autorização de fornecimento/execução de serviços, será convocada a licitante vencedora do certame para assinar o termo do contrato. Será facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

14.6. A contratada deverá prestar garantia no valor de 1% (um por cento) do valor do contrato, no ato da assinatura, em conformidade com a legislação vigente.

15. DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO

15.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 140 da Lei 14.133/21 e demais normas pertinentes:

a) provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico:

b) definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

15.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá:

a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas.

b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique quaisquer ônus para a Prefeitura de Pouso Alegre/MG.

c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

15.3 Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos a Prefeitura de Pouso Alegre/MG.





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

15.3.2 O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração no contrato.

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

15.3.4 Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Prefeitura solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quando à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

15.3.5 A licitante se compromete fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direitos de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

15.3.6 A Prefeitura será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

16. DOS ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES

16.1. Até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para a abertura da sessão pública, qualquer pessoa, física ou jurídica, poderá impugnar o ato convocatório desta concorrência, por irregularidade na aplicação de lei ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, mediante petição, a ser enviada exclusivamente para o endereço licitapamg@gmail.com.

16.2. A Comissão de Contratações decidirá sobre a impugnação ao certame.

16.3. Acolhida a impugnação do certame, será designada nova data para sua realização, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

16.4. As impugnações serão conhecidas se dirigidas diretamente ao Agente de Contratação e enviadas eletronicamente pela licitante até as 23h59min do último dia útil do prazo para impugnação para o endereço licitapamg@gmail.com, devendo o arquivo estar obrigatoriamente no formato PDF (Portable Document Format).

16.5. Os pedidos de esclarecimento deverão ser enviados até o terceiro dia útil que anteceder a data fixada para a abertura da sessão pública exclusivamente via internet, para o endereço licitapamg@gmail.com.

16.6. As respostas às impugnações e aos esclarecimentos solicitados serão disponibilizadas no sistema eletrônico em até 3 (três) dias úteis, contados do recebimento do pedido, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

17 – DOS RECURSOS

17.1. Caberá recurso em face de:

I – julgamento das propostas;

II – ato de habilitação ou inabilitação de licitante;

III – anulação ou revogação da licitação;

17.2. Nos recursos de julgamento das propostas e de ato de habilitação ou inabilitação de licitante serão observadas as seguintes disposições:





I – a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão, e o prazo para apresentação das razões recursais de 3 (três) dias úteis será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação ou, na hipótese de adoção da inversão de fases prevista no §1º do art. 17 da Lei n. 14.133/2021, da ata de julgamento; e

17.3. Declarado o vencedor, a Comissão de Contratação abrirá prazo para qualquer licitante, de forma motivada, manifestar sua intenção de recurso.

17.4. A falta de manifestação no prazo estabelecido autoriza a Administração a adjudicar o objeto à licitante vencedora.

17.5. Não será admitida intenção de recurso de caráter protelatório, fundada em mera insatisfação da licitante, ou baseada em fatos genéricos.

17.6. A Comissão de Contratação examinará a intenção de recurso, aceitando-a ou, motivadamente, rejeitando-a.

17.7. A licitante que tiver sua intenção de recurso aceita deverá registrar as razões do recurso no prazo de até 3 (três) dias úteis, ficando as demais licitantes, desde logo, intimadas a apresentar contrarrazões, em igual prazo, que começará a correr a partir do término do prazo do recorrente.

17.8. Para justificar sua intenção de recorrer e fundamentar suas razões ou contrarrazões de recurso, a licitante interessada poderá solicitar vista dos autos.

17.9. As intenções de recurso não admitidas e os recursos rejeitados pela Comissão de Contratação serão a ela dirigidos, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

17.10. O acolhimento do recurso implicará a invalidação apenas dos atos não suscetíveis de aproveitamento.

18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1. São aplicáveis às sanções previstas no Título IV, capítulo I da Lei Federal n.º 14.133/2021 e demais normas pertinentes.

18.2. Na aplicação das sanções serão considerados: a natureza e a gravidade da infração cometida; as peculiaridades do caso concreto; as circunstâncias agravantes ou atenuantes; os danos que dela provierem para a Administração Pública; a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

18.3. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

18.3.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo Agente de Contratação durante o certame.

18.3.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

- I- Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
- II- Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- III- Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do Edital;
- IV- Deixar de apresentar documentação exigida.





18.3.2.1. Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou deixar de apresentar amostra;

18.3.2.2. Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

18.3.3. Não celebrar o contrato, não prestar garantia de execução contratual ou adicional ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta.

18.3.4. Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração.

18.3.5. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração ou informações falsas durante a licitação.

18.3.6. Fraudar a licitação.

18.3.7. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

- I- Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- II- Induzir deliberadamente a erro no julgamento;
- III- Apresentar amostra falsificada ou deteriorada.

18.3.8. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

18.3.9. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846/2013.

18.4. Com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021, a Administração poderá garantir a prévia defesa, aplicar ao licitante e/ou adjudicatário as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

- I- Advertência;
- II- Multa;
- III- Impedimento de licitar e contratar;
- IV- Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

18.5. Na aplicação das sanções serão considerados:

- I- A natureza e a gravidade da infração cometida;
- II- As peculiaridades do caso concreto;
- III- As circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- IV- Os danos que dela provierem para a Administração Pública;
- V- A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

18.6. A multa será recolhida em percentual de 0,5% (cinco décimos por cento) a 30% (trinta por cento) incidente sobre o valor do contrato licitado.

18.7. Para as infrações previstas nos subitens 18.3.1 e 18.3.2 a multa será de 15% (quinze por cento) do valor do contrato licitado.

18.8. Para as infrações previstas nos subitens 18.3.2.1, 18.3.2.2, 18.3.3, 18.3.4 e 18.3.5, a multa será de 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado.





18.9. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

18.10. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

18.11. A sanção de impedimento de licitar e contratar serão aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos subitens 18.3.1 e 18.3.2, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, qual seja, Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

18.12. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos subitens 18.3.2.1, 18.3.2.2, 18.3.3, 18.3.4 e 18.3.5, bem como pelas infrações administrativas previstas nos subitens 18.3.1, 18.3.2 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no § 5º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133/2021.

18.13. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no subitem 18.3.1 e 18.3.2 caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

18.14. A apuração de responsabilidade relacionada às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

18.15. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados a partir da intimação da aplicação das penalidades de advertências, multa ou impedimento de licitar e contratar, sendo dirigido à autoridade que proferiu a decisão. Caso a autoridade recorra não reconsidere sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso, com sua motivação, à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da coleta dos autos, conforme disposto no art. 166 da Lei nº 14.133/2021.

18.16. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento, conforme estabelece o art. 167 da lei 14.133/2021.

18.17. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida, até que sobrevenha decisão final da autoridade competente, conforme previsto no art. 168 da Lei nº 14.133/2021.

18.18. A aplicação das sanções previstas em Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

18.19. A penalidade de ADVERTÊNCIA será aplicada em caso de infrações cometidas que prejudiquem a lisura do processo licitatório ou correspondam a pequenas irregularidades verificadas na execução do contrato, que venham ou não causar danos ao CONTRATANTE ou a terceiros. A CONTRATADA estará sujeita às seguintes multas.

18.19.1. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal: Advertência; Multa; Impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os





motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

18.19.2. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de idoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

18.19.3. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

18.19.4. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do §5º do art. 90 da Lei nº 14.133/2021.

18.19.5. A apuração de responsabilidade para a aplicação das sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de idoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo administrativo de responsabilização, conduzido por comissão composta por, no mínimo, 2 (dois) servidores estáveis. A comissão deverá avaliar os fatos e circunstâncias conhecidos e intimar o licitante ou adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir, em conformidade com o disposto no art. 158, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

18.19.6. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 05 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos, conforme estabelece art. 166 da lei 14.133/2021.

18.19.7. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de idoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação. O pedido será analisado pela autoridade competente, que deverá decidir no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados do seu recebimento, conforme disposto no art. 167 da Lei nº 14.133/2021.

18.19.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

18.19.9. As infrações ao disposto na Lei 14.133, serão punidas pelo órgão oficial fiscalizador com as seguintes penas, sem prejuízo das medidas judiciais adequadas e seus efeitos como de direito:

- a) multa, nos casos de infração a qualquer dispositivo, a qual variará entre o valor da décima parte do salário mínimo vigente na região e o máximo correspondente a dez vezes o mesmo salário-mínimo;
- b) e a infração for a do parágrafo único do art. 11 da Lei 14.133, serão multadas ambas as partes, à base de 10 (dez) a 50% (cinquenta por cento) sobre o valor do negócio publicitário realizado.

18.20. Multa por Atraso:

Em caso de descumprimento dos prazos estabelecidos para a execução dos serviços, a contratada ficará sujeita a uma multa diária de 1% (um por cento) do valor total do contrato, até o limite máximo de 10% (dez por cento) do valor contratual. A multa será calculada sobre o valor total do contrato e será cobrada a partir do primeiro dia de atraso.

18.21. Outras Penalidades:

Além das multas por atraso, a contratada poderá ser sujeita às seguintes sanções, conforme a gravidade da infração:

Advertência: A ser aplicada em casos de infrações leves ou pontuais, sem prejuízo ao andamento do contrato.





Suspensão Temporária: A contratada poderá ser suspensa de participar de futuras licitações ou contratações por até 2 (dois) anos, caso o descumprimento gere prejuízos substanciais à execução do contrato.

Rescisão Contratual: Em casos de descumprimento substancial das obrigações contratuais, a Administração poderá rescindir o contrato, além de aplicar as penalidades devidas.

18.22. Redução de Pagamento:

Caso a contratada não cumpra os termos acordados, a Administração poderá reduzir o pagamento proporcionalmente à falha ou atraso na execução dos serviços, até que o serviço seja devidamente executado ou regularizado.

18.23. Reparação de Danos:

A contratada será responsável por todos os danos causados à Administração em decorrência do não cumprimento das obrigações contratuais, incluindo custos adicionais gerados pela não execução conforme o estabelecido, e deverá indenizar a Administração por tais danos.

19. DIREITOS AUTORAIS

19.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

19.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

19.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

19.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

19.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.

19.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

19.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

19.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.





19.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 19.2.1.1. e 19.2.2. o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos aos percentuais máximos definidos neste contrato.

19.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

19.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

19.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I – A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direito, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento dos serviços, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II – Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III – que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

20 DA PROTEÇÃO E INFORMAÇÕES DE DADOS – LGPD

20.1. A empresa contratada deverá executar o objeto em “estrita observância dos ditames estabelecidos pela Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD)”

21 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1 Nenhuma indenização será devida às licitantes por apresentarem documentação e/ou elaborarem proposta relativa à presente licitação.

21.2 Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília –DF.

21.3. A presente licitação somente poderá ser revogada por razões de interesse público decorrentes de fato superveniente devidamente comprovado, ou anulada, no todo ou em parte, por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

21.4 No julgamento das propostas e da habilitação, o agente de contratação poderá sanar erros ou falhas que não alterem a substância das propostas, dos documentos e sua validade jurídica, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes validade e eficácia para fins de habilitação e classificação.

21.5 A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

21.6 As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

21.7. Recomenda-se às licitantes que tenham interesse em participar da sessão pública que compareçam ao local de sua realização com antecedência de 15 (quinze) minutos do horário previsto para a abertura da sessão.





21.8 A PMPA reserva-se o direito de filmar e/ou gravar as sessões e utilizar esse meio como prova.

21.9 Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pela agente de contratação.

21.10 . Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

21.11 O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

21.12 Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.

21.13 Consultas ao Edital e demais informações relativas a esta Concorrência, poderão ser realizadas por meio do site eletrônico: <https://pousoalegre.mg.gov.br/>, e ainda junto ao Departamento de Compras e Licitações da Prefeitura de Pouso Alegre, e-mail licitapamg@gmail.com , telefone nº (35) 3449-4023.

21.14 As normas desta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados e o desatendimento de exigências formais, desde que não comprometa a aferição da habilitação da licitante e nem a exata compreensão de sua proposta, não implicará o afastamento de qualquer licitante.

21.15. A licitante deverá apresentar o valor de sua proposta considerando apenas duas casas decimais após a vírgula, em virtude do arredondamento gerado automaticamente pelo sistema de pagamento do município e/ou pelo Agente Financeiro intermediário da contratação.

21.16. Fica assegurado à Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, o direito de, no interesse público e sem que caiba aos licitantes qualquer tipo de reclamação ou indenização, alterar as condições, as especificações e/ou qualquer documento pertinente a esta Licitação, fixando novo prazo.

21.17 Só se iniciam e vencem os prazos referidos no subitem anterior em dias de expediente desta PMPA.

21.18. Quaisquer questões decorrentes da execução do contrato que possam ser suscitadas entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA serão resolvidas de acordo com a legislação vigente.

21.19. Fica eleito o Foro da Comarca de Pouso Alegre- MG para dirimir quaisquer dúvidas ou questões provenientes da execução do contrato.

21.20 . Os documentos não apresentados na língua pátria deverão estar traduzidos por tradutor juramentado.

21.21. Fica facultada à comissão a consulta a sítios eletrônicos oficiais, ao SICAF e outras fontes em que estiverem disponíveis informações para suprir a ausência dos documentos de habilitação e/ou credenciamento não juntados pela licitante.

21.22. Realizada a consulta, será(ão) impresso(s) o(s) documento(s), que deverá(ão) ser rubricado(s) por pelo menos um membro da comissão e juntados aos autos do processo licitatório.

21.22.1. As declarações exigidas neste edital poderão ser supridas mediante manifestação expressa do licitante durante a realização das sessões públicas de abertura dos envelopes de habilitação e proposta.





21.23 Os documentos necessários ao credenciamento e à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração, ou em publicação em órgão da imprensa oficial.

21.24. Os prospectos e documentos emitidos por sistema eletrônico serão aceitos se verificada sua autenticidade no sítio do órgão emissor ou diretamente nele no caso de impossibilidade de acesso à internet.

21.25. É facultada à Comissão de Contratação, Subcomissão Técnica ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo.

21.26 Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

ANEXO I – TERMO DE REFERENCIA

ANEXO II – BRIEFING

ANEXO III – TERMO DE RETIRADA DE ENVELOPE PADRONIZADO

ANEXO IV – MODELO CARTA CREDENCIAL DO REPRESENTANTE(S) NA LICITAÇÃO

ANEXO V – MODELO DE PROCURAÇÃO

ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO DE INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO

ANEXO VII – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

ANEXO VIII – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

ANEXO IX – MINUTA DE TERMO DE CONTRATO

**ANEXO X – MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO NA LEI COMPLEMENTAR Nº 123/06
(Obrigatória para Microempresas, Empresas de Pequeno Porte ou Microempreendedores Individuais)**

Pouso Alegre, 17 de abril de 2026.

Jaqueline Lima da Costa
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO.





**ANEXO I
TERMO DE REFERÊNCIA**

1. OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG.

2. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

2.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativo à execução do contrato;

2.2. À criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

2.3. à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

2.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

- a)** gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b)** aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c)** possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3. DO PRAZO

3.1. A CONTRATADA deverá assinar o Contrato no prazo de até 05 (cinco) dias consecutivos a partir do comunicado expedido pelo Município de Pouso Alegre.

3.2. Fica designado como local para assinatura do contrato a sede da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre – MG, situada na Rua dos Carijós, nº 45, Centro, na cidade de Pouso Alegre – MG, CEP 37550-050 ou na modalidade digital encaminhada por e-mail.

3.3. O prazo de vigência do contrato será de 01(um) ano, contado do primeiro dia útil subsequente à data de divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP, na forma do artigo 105 da Lei nº 14.133 de 2021.

3.3.1. O contrato será regido pelo disposto no art. 107 da Lei nº 14.133/2021, e poderá ser prorrogado sucessivamente, mediante acordo entre as partes, observando-se a vigência máxima de 10 (dez) anos, conforme estabelecido pela legislação vigente.

3.3.2. Considerando tratar-se de serviço de natureza contínua, cuja execução demanda estabilidade, planejamento e economicidade, a prorrogação da vigência, quando demonstrada sua vantajosidade, assegura a continuidade das





atividades, evita interrupções e reduz os custos administrativos decorrentes da realização de novos certames.

Tal extensão permanece sempre condicionada ao interesse público e à avaliação prévia da Administração.

3.3.3. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais realizados pelo Fiscal Técnico.

3.4. Os serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas do Município de Pouso Alegre deverão ser entregues em até 15 (quinze) dias a contar da entrega da ordem de serviço.

3.5. Os atrasos na execução dos serviços, somente serão justificáveis quando decorrerem de casos fortuitos ou de força maior, conforme da Lei nº 14.133/21, suas alterações e disposições contidas no Código Civil Brasileiro.

3.6. Em caráter excepcional e na eventualidade de haver a determinação de algum prazo não previsto no Edital, em decorrência de alguma eventualidade que possa surgir durante a execução dos serviços, este será determinado pela CONTRATANTE.

3.7. A contratada deve reparar, corrigir, refazer no todo ou em parte, o(s) serviço (s) em que se verifiquem danos, defeitos, vícios, falhas e/ou imperfeições em decorrência da má execução do serviço, bem como providenciar o refazimento do(s) mesmo(s), no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contados da notificação que lhe for entregue oficialmente;

3.7.1. Em casos excepcionais, em que o cumprimento do prazo estabelecido seja comprometido por razões justificáveis, como a necessidade de ajustes no processo criativo, dependência de fornecedores ou terceiros, ou outros fatores devidamente comprovados, o prazo poderá ser estendido mediante justificativa formal da contratada e anuência expressa da contratante.

3.8. A contratada deverá informar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data dos serviços a serem prestados, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.

4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Considerando que a Secretaria de Comunicação Social, Lazer e Turismo é responsável por desenvolver atividades de lazer e turísticas na municipalidade, estimulando a organização de eventos, festivais, feiras e exposições associadas ao turismo local, conforme disposto no Art.46 da Lei Ordinária nº 5.881/2017, Lei Municipal nº 5.906 de 09 de fevereiro de 2018 e do Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico Sustentável de Pouso Alegre, nesse sentido tornou-se necessário a **Contratação de Agência Especializada em Publicidade e Propaganda**.

A Lei 12.232, em seu artigo 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário.

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

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

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





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

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

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

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

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

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

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

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1. A Contratada deverá fornecer o objeto elencado neste Termo de Referência, em total conformidade com o Edital e seus Anexos.

5.2. Que os serviços a serem prestados estejam em consonância aos padrões de qualidade estabelecidos e exigidos no mercado, de modo a proporcionar maior qualidade na prestação dos serviços.

5.3. Compreender o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação;

5.4. Todos os serviços deverão ser criados de forma personalizada para o município e, quando solicitado, a agência contratada deverá reunir-se com a entidade, garantindo total diálogo entre ambos. Ressaltando ainda que prazo para entrega das publicidades e propagandas solicitadas pela prefeitura será de 15 (quinze) dias úteis contados da emissão da Ordem de Serviço.

5.4.1. Todos os serviços deverão ser criados de forma personalizada para o município e, quando solicitado, a agência contratada deverá reunir-se com a entidade, garantindo total diálogo entre ambos. Ressaltando ainda o prazo informado no item 5.4. para entrega dos materiais.





5.5. Realização de planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, relacionados à determinada ação publicitária;

5.6. Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, sempre em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

5.7. As mensagens da publicidade de atos, programas, serviços e campanhas da Administração Direta, Indireta e Fundacional do Município de Pouso Alegre, veiculadas na televisão, terão como diferencial a tradução simultânea para LIBRAS, além da necessidade de ser apresentadas legendas para as pessoas com deficiência auditiva, aplicando o art. 67 da Lei de Inclusão, nº 13.146/2015.

5.8. Os integrantes da equipe criativa da referida agência devem possuir experiência no ramo.

5.9. Que as empresas participantes possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento conforme disposto no art. 4º Caput e seu parágrafo primeiro da Lei nº 12.232 de 29 de Abril de 2010.

5.10. Todos os conteúdos desenvolvidos pela agência devem atender a legislação vigente, incluindo as normas do CONAR (Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária), que visam garantir a ética e legalidade na comunicação comercial.

5.11. Além da legislação citada no item 5.10. as demais legislações a serem seguidas para que a solução alcance seus objetivos são:

5.11.1. Lei Federal 12.232, de 29 de abril de 2010;

5.11.2. Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965;

5.11.3. Decreto Federal 57.690, de 1 de fevereiro de 1966, parcialmente modificado pelo Decreto Federal 4.563, de 31 de dezembro de 2002.

5.11.4. Código de Autorregulamentação Publicitária, de 1978;

6. OBSERVÂNCIA DAS NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA

6.1. Além da Legislação citada no item 5.10 e 5.11. e seguintes, a agência contratada deve observar e aplicar as diretrizes estabelecidas pelas normas-padrão da atividade publicitária, regulamentadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), garantindo a conformidade com os princípios éticos, técnicos e legais que regem o mercado publicitário. As principais normas a serem atendidas incluem:

6.1.1. Remuneração pela forma tríplice: a agência será remunerada de acordo com o modelo tríplice, compreendendo:

6.1.1.1. Honorários: pela criação e planejamento das campanhas.

6.1.1.2. Desconto de agência: percentual concedido pelos veículos de comunicação, conforme previsto na lei nº 4.680/65 e no decreto nº 57.690/66.

6.1.1.3. Serviços de produção e execução: incluindo o custo de fornecedores externos contratados.

6.1.2. Independência técnica da Agência: A Agência deve atuar com autonomia técnica, respeitando as diretrizes estratégicas do contratante, mas mantendo-se fiel às melhores práticas de mercado e à criatividade no desenvolvimento das campanhas.





6.1.3. Relação com Veículos de Comunicação: todas as negociações com os veículos de mídia devem ser realizadas de forma transparente, respeitando os percentuais fixados em tabelas públicas e segurando os melhores custos benefícios ao contratante.

6.1.4. Contratação de fornecedores e terceirizados: a agência deverá garantir que todos os serviços de terceiros (produção gráfica, audiovisual, entre outros) atendam às especificações técnicas e legais aplicáveis, supervisionando a qualidade e os prazos de entregas, além de se responsabilizar pelo pagamento.

6.1.5. Compromisso com ética e sustentabilidade: as campanhas devem observar os princípios éticos, evitando práticas enganosas discriminatórias ou que promovam comportamentos inadequados, além de priorizar o uso de matérias e processos sustentáveis sempre que possível.

6.1.6. Acessibilidade e inclusão: todas as peças publicitárias devem ser desenvolvidas de forma acessível, respeitando as diretrizes de inclusão, como o uso de legendas, áudio descrição e tradução em libras sempre que necessário em conformidade com a legislação vigente.

6.1.7. Confidencialidade e proteção de dados: a agência deve manter sigilo absoluto sobre todas as informações estratégicas, comerciais e pessoais obtidas durante a execução do contrato, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

6.1.8. Relatório de desempenho e transparência, mensais: a agência deve apresentar relatórios detalhados sobre as ações publicitárias realizadas, contendo dados de desempenho, análises de resultados e justificativas para as escolhas dos meios e estratégias utilizadas.

6.1.9. Planejamento estratégico e controle de qualidade: a agência deve submeter aos planos e as peças publicitárias à aprovação prévia do contratante garantindo que estejam alinhados aos objetivos estratégicos e que sigam os padrões de qualidade e inovação esperados.

6.1.10. Gerenciamento de prazo, a agência deverá adotar medidas que assegurem o cumprimento dos prazos acordados, com planejamento prévio para evitar atrasos, considerando a complexidade dos processos criativos e a participação de terceiros.

7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

A presente licitação não envolve a quantificação e valor prévio é estimado dos serviços a serem executados durante a vigência contratual, vez que não é possível projetar a quantidade de campanhas e ações que poderão surgir durante o ano de vigência do contrato.

Ressalta-se que para os serviços de natureza comum, onde é possível discriminar valores por tarefas que podem ser executadas mecanicamente com técnicas, protocolos e métodos pré- estabelecidos, caberia à modalidade pregão eletrônico. No entanto, os serviços de publicidade e propaganda possuem natureza intelectual, uma vez que sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de publicidade e propaganda, experiência na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingir dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo município.

Além disso, existem outras características que dificultam a definição dos quantitativos, como:

- a) A remuneração dos prestadores de serviços e como é baseado o pagamento destes;
- b) Cada campanha de publicidade institucional possui especificações únicas, como duração e meios de inserção (rádio ou televisão), fazem com que os preços tenham significativa oscilação.





Ademais, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, estabelece a modalidade de licitação adequada para contratação de serviços de publicidade, determinando os tipos de licitação "melhor técnica" ou "técnica e preço" a ser adotado, sem margem de discricionariedade para o órgão licitante.

Dessa forma, conforme o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências da Lei nº 14.133/2021 não sendo, porém, exigido um "orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários", conforme disposto no Art. VI, §1º da lei 14.133/2021.

O Acórdão n. 3.233/2010-Plenário do Tribunal de Contas da União firmou a compatibilidade de se juntar orçamento detalhado em planilhas com a composição dos seus custos unitários, diante da especificidade do objeto ser de serviços de publicidade:

IV - Projeto Básico e Orçamento

65. Consoante o Acórdão 2062/2006-TCU-Plenário, a Administração Pública deve passar a elaborar, na fase de licitação, projetos básicos e orçamentos, com a composição dos custos unitários, para "todas as ações publicitárias a serem executadas no âmbito do contrato". A providência está apoiada nos incisos I e II do § 2º do art. 7º da Lei nº 8.666/93.

66. Ao abordar a citada seção da lei, o respeitado administrativista Marçal Justen Filho inicia com a seguinte anotação (in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, Dialética, São Paulo, 2009, 13ª edição, página 131): "Um dos principais problemas da Lei nº 8.666 consiste em adotar um tratamento uniforme para toda espécie de serviços. A Seção III disciplina, de modo conjunto, as obras e os serviços, tomando por modelo as contratações na área de engenharia. Isso provoca algumas dificuldades, eis que a esmagadora maioria dos serviços contratados pela Administração Pública não se configuram como de engenharia. É imperioso destacar que as regras previstas na Seção III refletem princípios gerais aplicáveis genericamente a outras espécies de contratações, que não apenas às obras e serviços de engenharia. "De todo o modo, cabe adaptar as regras consagradas nessa Seção de modo compatível com a natureza da contratação de que se tratar."

67. E o autor vai além (página 137): "A exigência genérica da existência de projetos básico e executivo como requisito da instauração da licitação, previstano art. 7º, tem de ser interpretada em termos. Essa redação retrata as concepções fortemente relacionadas com o campo da engenharia. É claro que 'projetos básico e executivo' são figuras relacionadas exclusivamente com obras e serviços de engenharia. Logo, não há cabimento de exigir 'projeto básico e executivo' em outras espécies de serviço.

Assim, por exemplo, essa figura não existirá em uma licitação para serviços de vigilância."

68. Devo esclarecer que esse pensamento aberto não é inteiramente aceito pela jurisprudência deste Tribunal, mas aqui o introduzi porque, vindo do alto magistério de Marçal Justen Filho, adverte-nos de que não devemos ser tão rigorosos ao enxergar o assunto.

69. Uma coisa, contudo, é certa: os conceitos de projeto básico e orçamento de custos unitários, que constam do inciso IX do art. 6º da Lei nº 8.666/93, são próprios de obras e, assim, têm de ser ajustados na sua aplicação a serviços alheios à engenharia.

70. Mas mesmo com o máximo de adaptação, é de se perguntar como que na licitação será possível prever todas as ações publicitárias que irão se desenvolver dentro de um contrato, para traçar-lhes o projeto básico e conhecer os custos de cada material e serviço que comporão a produção.

71. O contrato de publicidade não tem similar, e um dos motivos disto está na imprevisibilidade do que será necessário fazer. Ao mesmo tempo, abrange um serviço a ser executado de forma contínua, o que pode estender a sua duração para até 60 ou 72 meses. Como saber quais ações publicitárias serão requeridas daqui a três anos, por exemplo?

72. Outros serviços contínuos não apresentam idêntico problema, porque, além de constantes, são repetitivos. Na contratação de serviços de limpeza, o mesmo trabalho se renova diariamente, nas mesmas quantidades. Até para os serviços de manutenção, não é difícil programar o quanto será preciso de visitas e verificações. Nesses casos, a mão-de-obra é fator preponderante e por isto os custos unitários são de simples avaliação.





73. Já o serviço de publicidade é sempre diversificado. Cada peça terá a sua produção e veiculação realizadas de acordo com a necessidade de comunicação, a concepção da mensagem e o plano de mídia. É de se refletir, portanto, naquilo que o Tribunal está pedindo no Acórdão 2062/2006-TCU Plenário. Por certo que não há a menor viabilidade. Projeto Básico 6204988 SEI 0003074-57.2022.8.24.0710 / pg. 3
74. Para justificar juridicamente que os projetos básicos e os orçamentos detalhados, para todas as ações, são prescindíveis na licitação para a contratação de serviços de publicidade, a Advocacia- Geral da União lança mão do argumento de que tais contratos têm natureza privada, de modo que a Lei nº 8.666/93, como prescrito no seu art. 62, § 3º, inciso I, não lhes regula integralmente. Longa discussão partiu daí, com a Unidade Técnica e o Ministério Público junto ao TCU sustentando que os contratos de publicidade são do tipo administrativo.
75. Parece-me indubitoso que com relação aos serviços de publicidade o poder público contrata nas mesmas condições de uma entidade privada, submetendo-se às mesmas normas, sem supremacia. Pela lei, não há como desconsiderar o trabalho da agência, o sistema de remuneração por desconto e a sujeição às tabelas dos veículos. Tudo exatamente como acontece com o contratante particular.
76. Também, assim como em um contrato de seguro, que é marcado por normas privadas, o poder público contratante não tem o direito de impor regras de formação do preço – sob pena de deturpar o cálculo do risco, em que se baseia o valor do prêmio –, no contrato de publicidade falta à Administração a faculdade legal de alterar a fórmula de remuneração das agências, pelo desconto – porque senão se correria o perigo de se aviltar o trabalho de criação.
77. Ainda assim, prefiro não me estender nesse debate de estar o contrato de publicidade mais para privado ou mais para administrativo, porque, no meu pensar, qualquer que fosse a decisão, não ajudaria no reexame da necessidade ou não de projeto básico e orçamento detalhado para todas as ações publicitárias.
78. Do meu ponto de vista, o tema faz retornar à questão do regime de administração contratada, o qual, como assinalai, está instalado na Lei nº 4.680/65, cuja estrita observância foi demandada pelo Acórdão 2062/2006-TCU Plenário.
79. Tal regime assenta-se na delegação de poderes para que a contratada promova negócios junto a terceiros, em nome do contratante, exercendo funções de gerente e intermediador. Quer dizer, a contratada não só tem a permissão, mas a própria incumbência de efetuar subcontratações, mediante prévia anuência do contratante.
80. Repare-se, então, que existe uma nítida separação entre o contrato e os subcontratos, a bem dizer, entre a contratação da agência de propaganda e a subcontratação, por esta, dos fornecedores e dos veículos. Quem contrata a agência é a Administração Pública. Mas quem contrata os fornecedores e os veículos não é a Administração Pública, e sim a agência, ainda que em nome e por conta daquela.
81. Em tradução, o projeto básico e o orçamento a que alude o art. 7º da Lei nº 8.666/93 constituem elementos prévios e específicos da licitação para contratação da agência de propaganda, nada tendo que ver com as subcontratações que esta fizer, para a execução do contrato.
82. No momento da licitação, o que importa é traçar como será o trabalho da agência e qual será a estimativa da sua remuneração, o que depende diretamente, por óbvio, do conhecimento prévio dos gastos gerais de produção e veiculação. Porém, o projeto básico e o orçamento para contratação da agência não se confundem com o plano de produção e veiculação e respectivos orçamentos, que nem poderiam ser sabidos por ocasião da licitação, visto que fazem parte, precisamente, do próprio trabalho para o qual a agência foi contratada: idealização, planejamento, realização e distribuição das peças publicitárias.
83. O que o Tribunal está requerendo por meio do Acórdão 2062/2006-TCU Plenário, portanto, é mais ou menos como que, em certa licitação para contratação do projeto básico de uma obra, a Administração já saiba nesse instante todos os detalhes da obra e seus custos unitários. Então para que contratar o projeto, se a Administração tem pleno domínio do que irá construir?
84. Coisa parecida acontece na contratação da agência de propaganda. Se a





Administração tivesse a ideia da mensagem, o planejamento da produção e a programação de mídia, talvez não precisasse da agência para fazer todo esse trabalho. Mas não tem, porque assim como não dispõe, dentro da sua organização, de uma empreiteira própria que lhe edifique as obras do seu interesse, também não possui uma estrutura para a realização de serviços publicitários. E mesmo que possuísse, estaria sujeita ao pagamento de tabela cheia, sem desconto, junto aos veículos de comunicação.

85. Lógico que o planejamento e a orçamentação são recursos indispensáveis para a boa execução de qualquer tarefa, principalmente quando ela encerra o gasto de dinheiro público. Só que a agência é que fará o trabalho que permitirá a elaboração do projeto e do orçamento das peças publicitárias, à medida que as necessidades de comunicação se apresentem. Antes disso é impossível prever as ações e os custos.

86. De outro ângulo, o deslocamento da fase de elaboração dos projetos e dos orçamentos das peças para o momento da sua produção, a um só tempo que satisfaz os princípios inerentes ao processamento da despesa pública, não causa prejuízo nenhum à licitação para a escolha da agência de propaganda.

87. Com efeito, no caso de qualquer outro objeto em licitação, a exemplo de uma obra, a existência do projeto básico e do orçamento é indispensável para a formulação das propostas, pois, se nem mesmo a Administração tivesse noção do que quer contratar, muito menos teriam os licitantes. Para que possam fazer as suas ofertas, os licitantes precisam ser informados dos pormenores construtivos e todos devem ter igual acesso aos dados da obra licitada, para resguardar a isonomia.

88. Aqui, mais uma vez, a licitação para contratação de serviços de publicidade mostra-se singular, na medida em que, não apenas lhe é inata a imaginabilidade dos conteúdos das peças, mas também nela os licitantes podem tranquilamente montar suas propostas sem conhecê-los, porquanto os preços são cotados em percentuais incidentes sobre o custo. Por aí se vê que o regime de administração contratada entabulado na Lei nº 4.680/65, a despeito de toda a censura de que é alvo – e não sem razão –, fecha perfeitamente com a contratação de serviços de publicidade, que é tão especial.

Se fosse eliminada a possibilidade de cobrança por meio de percentuais, e os licitantes tivessem que formular as suas propostas em termos de quantias para produção e veiculação, a única forma de licitar tais serviços, diante da sua imprevisibilidade a médio e longo prazos, seria campanha por campanha publicitária, o que faria impraticável a comunicação governamental.

89. Quero insistir em duas coisas, para que fiquem bem claras. A primeira é que o projeto básico e o orçamento para cada peça publicitária, almejados pelo Acórdão 2062/2006-TCU-Plenário, são componentes com toda certeza imprescindíveis para a realização da despesa pública. Somente não acho que tenham que estar prontos para os fins da licitação. Antes da produção da peça, o briefing é instrumento suficiente para o delineamento e a orçamentação do trabalho.

90. Outra coisa é que não faço a defesa do regime de administração contratada. Porém, não há como disfarçar que esse é o sistema pelo qual a Lei nº 4.680/65, abraçada pelo Acórdão 2062/2006-TCU-Plenário, define como seja a remuneração das agências de propaganda. Pondero que fica para a Administração maior responsabilidade de conferir a adequação dos custos submetidos à prévia autorização pelas agências, para o que o robustecimento do banco de Projeto dados determinado pela deliberação recorrida revela-se fundamental.

91. Conclusivamente, por considerar inviável o cumprimento do que prescrevem os subitens 9.1.3.1 e 9.1.3.3 do Acórdão 2062/2006-TCU-Plenário, na contratação de agências de publicidade, sugiro torná-los insubsistentes.

Assim, conforme supracitado, as campanhas serão realizadas de acordo com as necessidades do Município, não sendo possível determinar um valor ou quantidade fixa para cada contratação dessa natureza.

Contudo, destaca-se também a importância de pré-definir a dotação orçamentária e financeira disponível e desejável para o órgão público, considerando os altos custos de veiculação de campanhas de publicidade institucional.

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

8.1. O valor total desta contratação está estimado em R\$ 3.500.000,00 (três milhões quinhentos mil reais) para um período de 12 (doze) meses de execução contratual.





8.1.1. Para chegar a uma estimativa no valor da contratação, foram utilizados preços dos custos internos presentes na Lista Referencial (tabela SINAPRO-MG), sobre os valores referenciais de serviços de Agência de Publicidade e Propaganda, adequados a atual necessidade de comunicação do Município de Pouso Alegre.

8.2. O valor mencionado poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério do CONTRATANTE, não cabendo à Contratada indenização de qualquer espécie pelos saldos, físico ou financeiro, eventualmente não utilizados.

8.2.1. A CONTRATADA não fará jus à integralidade da previsão orçamentária para a execução dos serviços, cabendo-lhe somente a remuneração pelo que efetivamente executado por meio das Ordens de Serviço.

8.3. A CONTRATADA ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

09. DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO

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

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

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

10. DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

10.1. Preço e Condições de Execução dos Serviços:

10.1.1. Os preços correspondentes aos serviços contratados são os constantes da Proposta de Preço apresentada ou negociada com a CONTRATADA, na licitação que originou o Contrato.

10.2. Os serviços serão entregues na forma e prazos especificados nas respectivas Ordens de Serviço emitidas pela Secretaria de Comunicação Social Lazer e Turismo, que poderão variar conforme demanda.

10.3. Pela prestação dos serviços expressamente solicitados, aprovados e executados, a CONTRATADA e os veículos de comunicação receberão os valores constantes nos orçamentos específicos, apresentados para cada serviço.

10.4. No caso de criação ou produção, a Contratada deverá apresentar memorial descritivo da campanha de publicidade, contendo, no mínimo, os objetivos da campanha, as peças utilizadas e o resumo dos custos estimados.

10.5. Estando impossibilitada de cumprir os prazos, deverá adotar os seguintes procedimentos:

10.5.1. Enviar eletronicamente para o endereço slmpa@pousoalegre.mg.gov.br o pedido de prorrogação de prazo até às 24 (vinte e quatro) horas da data-limite para a execução do serviço.

10.5.2. Caso o pedido não possa ser enviado eletronicamente por não cumprir os requisitos estabelecidos, deverá ser protocolado na R. dos Carijós, 45 - Centro, Pouso Alegre - MG, 37550-050, das 12 às 18 horas, respeitada a data limite para entrega do produto;





10.5.3. O pedido de prorrogação do prazo de entrega dos serviços deverá estar instruído com, no mínimo, as informações abaixo:

- a) Identificação do objeto e número do Contrato;
- b) Justificativa plausível quanto à necessidade da prorrogação;
- c) Documentação comprobatória; e
- d) Indicação do novo prazo a ser cumprido.

10.6. O(s) pedido(s) de prorrogação de prazo, em conformidade com o disposto nos incisos anteriores, será(ão) apreciado(s) com base na justificativa apresentada, na documentação acostada e no interesse público envolvido, ficando a critério da Administração o seu deferimento.

10.7. A Prefeitura Municipal de Pouso Alegre não se obriga ao dispêndio dos valores reservados para o CONTRATO, a não ser o previsto pelo art. 125 da Lei 14.133/2021, somente efetuando os pagamentos e serviços devidamente contratados executados.

10.8. Custos internos e Honorários:

10.8.1. O pagamento à Contratada das despesas resultantes da execução do Contrato será procedido de acordo com as Ordens de Serviço, após a entrega do material produzido ou veiculação da peça publicitária, condicionado à entrega dos seguintes documentos:

- Detalhamento discriminado que especifique com clareza o serviço autorizado, mencionando os respectivos números da licitação, do Contrato e da Autorização de Produção ou de Veiculação (esta para o caso de comissão de agência); e
- Detalhamento discriminado de serviços de terceiros, expedidas em nome do CONTRATANTE, através de planilha ou outro meio incluindo o valor do serviço de realizado;

10.8.2. Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos prestadores de serviços ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para o CONTRATANTE, observado o disposto no art. 15, parágrafo único da Lei n. 12.232/2010.

10.8.3. Não serão realizados pagamentos de despesas decorrentes da execução dos serviços através de descontos de duplicatas, factoring ou quaisquer outras espécies de antecipações de receita.

11. LOCAL DE ENTREGA E/OU PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

11.1. Em caso de entrega de algum material, que complemente o objeto desta licitação, deverão ser entregues na SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO de Pouso Alegre – MG, situada à R. Carijós, 45 – Centro, Pouso Alegre – MG, 37550-050, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 17h00, sendo o frete por conta do fornecedor

11.2. Se houver mudança de local, o novo local para a realização da entrega dos itens solicitados será definido previamente pela requisitante, conforme disposto na Ordem de Serviços.

12. DO VALOR, E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

12.1. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 no valor estimado de R\$ 3.500.000,00(três milhões quinhentos mil reais) e correrá por conta da seguinte dotação:





FICHA	RECURSO	ORIGEM	DOTAÇÃO	DESCRIÇÃO
374	15000000000	PRÓPRIO	02.04.2093.0004.0122.0013.3339039000000000000	MANUTENÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO

13. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

13.1. O CONTRATANTE pagará à CONTRATADA, em conformidade com as disposições da Lei n. 4.680/1965, Lei nº 12.232, lei nº 14.133/21 e demais normas aplicáveis, ficando estabelecido o seguinte:

13.1.1. Custos internos – o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles executados pelo pessoal e/ou recursos próprios da CONTRATADA, será calculado com base na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/MG Nº 50, limitada ao valor de referência, com aplicação do percentual de desconto ofertado pela licitante na proposta de preços, conforme definido no instrumento contratual.

13.1.1.1. O reajuste dos custos internos se dará com a publicação de novas tabelas referenciais pelo SINAPRO/MG.

13.1.2. Honorários – os serviços especializados e suprimentos externos terão seus gastos orçados junto a fornecedores, selecionados pela agência e aceitos pelo Anunciante, cabendo ao CONTRATANTE pagar à CONTRATADA honorários de 5% (cinco por cento) sobre os serviços e suprimentos externos contratados;

13.1.3. Honorários especiais - quando a responsabilidade da CONTRATADA limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA honorários de 5% (cinco por cento) sobre o valor da contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

13.1.4. Veiculação – além da remuneração prevista nos itens 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3, a CONTRATADA fará jus a honorários equivalentes ao desconto concedido pelos veículos de comunicação às agências, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, equivalente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação.

13.1.4.1. A CONTRATADA reverterá integralmente em favor do CONTRATANTE o percentual negociável do desconto-padrão de agência a ser aplicado sobre o investimento bruto do anunciante em mídia, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” (Anexo B e seu adendo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária), de acordo com os parâmetros estipulados na tabela a seguir:

ANEXO “B”

SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS	
Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária	
INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.





13.2. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar:

13.2.1. A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE, CNPJ. Nº 18.675.983.0001/21, contendo o número do CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número) Conta

Corrente (número)

13.2.2. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à PREFEITURA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

13.3. O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento da CONTRATADA, deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo do CONTRATO.

13.3.1. Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

13.4. Deverá ser apresentada a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

- a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.
- b) Os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;
- c) Os documentos comprobatórios devem incluir a demonstração do valor devido ao veículo de comunicação, a respectiva tabela de preços, a descrição dos descontos negociados, os pedidos de inserção correspondentes e a comprovação da efetiva veiculação, sendo esta última providenciada sem ônus para a PREFEITURA.
- d) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “b” a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

13.5. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 13.4. “b” é constituído por:

I – Revista e anuário: exemplar original;

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

III – Demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

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

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.





b) Mídia Exterior:

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

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

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

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

13.6. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 13.5 serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

13.7. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à PREFEITURA.

13.8. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Secretaria de Comunicação Social, Lazer e Turismo.

13.9. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

13.11. A PREFEITURA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

13.12. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:

I - Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços FGTS;

II - Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

III - Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);

IV- Certidões Negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;

V- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.





13.13. Caso a CONTRATADA não comprove a regularidade fiscal e trabalhista:

13.13.1. Será emitida notificação pelo CONTRATANTE para regularização no prazo de 30 (trinta) dias, contados a partir do recebimento do ofício, e, 12.13.2. Caso não seja regularizada, será iniciado o processo de extinção contratual, com aplicação da multa rescisória;

13.13.2. Concomitantemente, será realizado o pagamento, procedendo-se as retenções tributárias, na forma da lei.

13.14. A CONTRATADA apresentará à PREFEITURA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

13.15. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 13.12 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.

13.16. A PREFEITURA efetuará o pagamento conforme calendário abaixo:

13.16.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem 13.12.

13.16.2. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

13.17. Havendo atraso no pagamento pela PREFEITURA, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação por tabela do IGPM (FGV).

13.18. A PREFEITURA não acatará cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

13.19. A PREFEITURA não será responsável por qualquer compromisso assumido pela CONTRATADA, sendo a Agência a única responsável pela veiculação das campanhas publicitárias e por quaisquer encargos ou cobranças diretamente feitas por terceiros.

13.20. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

13.21. A PREFEITURA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar. Os preços dos serviços de veiculação deverão corresponder à tabela oficial de preços do respectivo veículo, ou ao preço com ele negociado, considerando o que for menor.

13.22. A remuneração da CONTRATADA observará, em qualquer hipótese, os valores faturados pelos fornecedores e veículos de divulgação, a eles não acrescidos o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

13.23. A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao Contrato.

13.24. Com referência aos textos, layout e roteiros, será observado:

a) Aqueles que forem rejeitados não serão cobrados pela CONTRATADA;





b) Os que forem aprovados, em que houver decisão posterior do CONTRATANTE de cancelamento da veiculação, serão pagos à CONTRATADA.

13.25. As condições para que ocorra o pagamento são as seguintes:

13.25.1. Caberá a fiscalização do CONTRATANTE proceder à análise e parecer favorável ao pagamento;

13.25.2. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

13.26. A CONTRATANTE não realizará o pagamento, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

13.27. Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

13.28. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

13.29. O pagamento será realizado em até 30 (trinta) dias corridos, a partir do recebimento definitivo da Nota Fiscal, devidamente atestada, obedecendo às condições previstas neste Termo, salvo se houver alguma pendência em relação às certidões negativas.

13.30. A CONTRATADA deverá encaminhar para o Fiscal do Contrato uma prévia do faturamento para conferência com 05 (cinco) dias de antecedência do prazo de emissão das notas fiscais.

13.31. A CONTRATANTE, observados os princípios do contraditório e da ampla defesa, poderá deduzir, cautelar ou definitivamente, do montante a pagar à CONTRATADA, os valores correspondentes a multas, ressarcimentos ou indenizações devidas pela CONTRATADA, nos termos deste contrato.

13.32. No caso de atraso de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, serão devidos pela CONTRATANTE encargos moratórios à taxa nominal de 6% a.a. (seis por cento ao ano), capitalizados diariamente em regime de juros simples.

13.33. O valor dos encargos será calculado pela fórmula: $EM = I \times N \times VP$, onde: EM = Encargos moratórios devidos; N = Números de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento; I = Índice de compensação financeira = 0,00016438; e VP = Valor da prestação em atraso.

13.33.1. A CONTRATANTE fica obrigada a efetuar as retenções na fonte do Imposto de Renda (IR) sobre os pagamentos que efetuarem a pessoas físicas e jurídicas pelo fornecimento de bens ou prestação de serviços em geral, inclusive obras.

13.34. A todas as partes, deverão ser observadas as disposições do Decreto Municipal nº 5.706/2023, da Lei Federal nº 9.430/1996, da Instrução Normativa da RFB nº 1.234/2012, da Instrução Normativa da RFB nº 2.145/2023, e eventuais posteriores alterações.

14. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

14.1. O critério de julgamento das propostas será TÉCNICA E PREÇO, conforme estabelecido no art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e nos art. 6º, inciso XXXVIII, alínea “c” e 33, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021. A avaliação será feita de acordo com a seguinte ponderação:





14.1.1. 70% para a Proposta Técnica, que será analisada com base nos aspectos de inovação, adequação ao briefing, qualidade e viabilidade das soluções apresentadas.

14.1.2. 30% para a Proposta de Preço, considerando o valor ofertado, conforme os critérios estabelecidos no edital.

14.2. O julgamento das Propostas Técnicas será conduzido por uma Subcomissão Técnica, que avaliará os aspectos criativos, estratégicos e a adequação das propostas aos objetivos do Município, em conformidade com o §1º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010. A Proposta de Preço será analisada por uma Comissão de Contratação, conforme estabelece o §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010 e o art. 33 da Lei nº 14.133/2021.

15. MODALIDADE

A contratação será realizada mediante licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, nos termos inciso XXXVIII, do artigo 6º e do inciso II, do art. 28 da Lei 14.133/21.

Concorrência é a modalidade de licitação para contratação de bens e serviços especiais e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia, conforme art. 6º, inciso XXVIII da Lei 14.133/21. In verbis:

“Art. 6º Para os fins desta Lei, consideram-se:

XXXVIII - concorrência: modalidade de licitação para contratação de bens e serviços especiais e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia, cujo critério de julgamento poderá ser:

- a) menor preço;*
- b) melhor técnica ou conteúdo artístico;*
- c) técnica e preço;*
- d) maior retorno econômico;*
- e) maior desconto;”*

Ainda neste sentido, a concorrência está prevista como modalidade de licitação no art. 28, inciso II da Lei 14.133/21:

“Art. 28. São modalidades de licitação:

- I - pregão;*
- II - concorrência;**
- III - concurso;*
- IV - leilão;*
- V - diálogo competitivo.”*

De acordo com Marçal Justen Filho, “A concorrência é uma das modalidades de licitação, expressão que identifica as peculiaridades do procedimento licitatório”.

Neste diapasão e considerando ainda o que estabelece o Art. 7º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, as peculiaridades do objeto a ser contrato, qual seja, Agência de Publicidade, o qual é caracterizado exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, e serviços especiais, se justifica a contratação pela modalidade Concorrência conforme abaixo:

Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM:

§ 1º Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021.

Art. 7º A licitação para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será processada na modalidade concorrência.





Estabelece o §2º do art.17 da Lei 14.33/2021 que as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida à utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo;

Nesse sentido, verifica-se que a Lei de Licitações e Contratos Administrativos previu como regra a utilização da forma eletrônica nos procedimentos licitatórios, nada obstante, a própria norma traz a possibilidade de se adotar a forma presencial, desde que motivada. Neste diapasão, opta-se pela utilização da concorrência na forma presencial, e se faz pelos seguintes motivos:

- 1) A concorrência realizada de forma presencial permite inibir a apresentação de propostas insustentáveis que atrasam os processos na forma eletrônica e aumentam seus custos;
- 2) Há diversas vantagens na realização da concorrência na forma presencial em detrimento da forma eletrônica, dentre as quais: a possibilidade de esclarecimentos imediatos durante a concorrência presencial e facilidade na negociação dos preços, verificação das condições de habilitação e execução da proposta.
- 3) A complexidade da licitação, peculiaridades e elevado custo do objeto, relevância da contratação e exigências de segurança da informação, inviabilizam o uso da forma eletrônica, considerando que a plataforma que o município utiliza, qual seja, Portal Nacional de Contratações Públicas permite que um fornecedor visualize a documentação do seu concorrente e neste caso específico, o projeto desenvolvido pelos possíveis fornecedores deverá ser mantido sob anonimato até sua fase conclusiva.
- 4) A opção pela modalidade presencial da concorrência não produz alteração no resultado final do certame, pelo contrário, permite maior redução de preços em vista da interação do agente de contratação com os licitantes. Ainda, a possibilidade de esclarecimentos imediatos durante a sessão presencial, promoção de diligências destinadas a esclarecer ou complementar o procedimento licitatório, verificação imediata das condições de habilitação e execução da proposta, manifestações recursais, proporcionando maior celeridade aos procedimentos, visto em regra, ocorrerem na própria sessão pública, sem prejuízo da competição de preços, também justificam a decisão da adoção da Concorrência na forma Presencial. Sendo assim, a escolha da modalidade Concorrência Presencial é a que melhor se adequa a contratação objeto do presente certame, pois a Administração Pública tem o poder discricionário para decidir sobre as modalidades licitatórias de acordo com sua necessidade e conveniência, desde que motivadas, como está disposto nos autos.

Por fim, com a devida justificativa sobre o ponto de vista da celeridade, entretanto, sem prejudicar a escolha da melhor proposta, a Concorrência Presencial se configura como meio fundamental para contratação de serviços especiais pela Administração Pública de forma mais célere e vantajosa em detrimento às outras estabelecidas pela Lei 14.133/21. Na esteira do exposto, dever-se-á mencionar que o princípio da eficiência da Administração Pública tem na CONCORRÊNCIA PRESENCIAL também a sua manifesta contribuição.

Dessa forma, justifica-se a adoção da **MODALIDADE CONCORRÊNCIA na sua forma PRESENCIAL**.

16. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

16.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta concorrência, mediante a apresentação de atestado(s) expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, inciso I e II, da Lei 12.232/10, bem como o parágrafo 5º, do art.67 da lei 14.133/21.

16.1.1. Caso solicitado pela Comissão, o licitante deverá apresentar as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, disponibilizando, entre outros documentos, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual do CONTRATANTE e local em que foram prestados os serviços.





16.2. Apresentação de 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 art. 4º caput e seu parágrafo §1º da Lei nº 12.232/2010.

16.2.1. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

16.3. Declaração da licitante, devidamente assinada, de que tomou conhecimento do instrumento convocatório, conforme VI do art. 67 da Lei 14133/21.

16.4. Os documentos devem ser apresentados em via original ou cópia autenticada por cartório competente ou por servidor público do Município de Pouso Alegre ou ainda, por publicação em órgão de imprensa oficial ou impresso de sítios oficiais do órgão emissor.

16.5. Os documentos de habilitação devem estar válidos e em vigor na data da abertura dos invólucros.

17. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

17.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no Contrato:

17.2. Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

17.2.1. Realizar com seus próprios meios ou através da contratação de terceiros todos os serviços relativos ao objeto do CONTRATO, com estrita observância das especificações estabelecidas pelo CONTRATANTE;

17.3. Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante prévia comunicação ao MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE.

17.4. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

17.5. O quadro de pessoal da CONTRATADA deverá ser suficiente para atendimento dos serviços contratados, sem interrupção, sob pena de aplicação das sanções cabíveis;

17.6. Executar todos os serviços de acordo com os prazos e as demais especificações estipuladas pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE, em consonância com a Agência ganhadora do processo.

17.7. A empresa vencedora deverá disponibilizar 01 (um) profissional responsável pelo setor de atendimento exclusivo para o Município de Pouso Alegre, que atuará de forma remota, podendo ser contatado por e-mail, telefone ou videoconferência. Sempre que solicitado formalmente pela Administração, este profissional deverá comparecer presencialmente à sede da Prefeitura de Pouso Alegre/MG no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas úteis, a fim de prestar esclarecimentos, participar de reuniões ou tratar de demandas específicas, conforme a necessidade do contratante.

17.8. A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação, desde que previamente cadastradas pelo contratante, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

17.9. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do município e implica a atuação da AGÊNCIA.





17.10. O MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE – MG deverá ser previamente notificado e apresentar autorização por escrito quanto a contratação de veículos de divulgação.

17.11. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE – MG.

17.12. A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

17.12.1. Deverá a Empresa apresentar relatório mensal à Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, quanto ao repasse dos valores para os veículos ou fornecedores de serviços especializados, uma vez que o Município também precisa se manter ciente dos repasses.

17.13. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE – MG, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

17.14. As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao MUNICÍPIO, devendo a AGÊNCIA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

17.15. A responsabilidade do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA, que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

17.16. A Agência deverá manter atualizado o endereço do correio eletrônico;

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

17.18. Obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação, além de comprovar suas negociações.

17.19. Pertencem ao MUNICÍPIO, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

17.20. A AGÊNCIA não poderá, de forma alguma, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

17.21. Os dados técnicos devem ser apresentados ao MUNICÍPIO, antes da contratação de qualquer veículo de comunicação.

17.22. Nos casos de reutilização de peças publicitárias do MUNICÍPIO, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

17.23. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, sigilo sobre informações e dados que lhe sejam fornecidos para dar execução aos serviços contratados;





17.24. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE, com exceção à compra de mídia:

- a)** Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b)** Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no MUNICÍPIO ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c)** Na impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada ao MUNICÍPIO, por escrito, para decisão sobre a contratação.

17.25. Apresentar cotação em papel timbrado e que:

- a)** Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- b)** Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, suas especificações;
- c)** Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

17.26. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a AGÊNCIA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO.

17.27. Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pelo Município de Pouso Alegre-MG, sem ônus para este, cópias das peças publicitárias produzidas (TV, cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), exclusivamente para fins de controle e uso interno da Prefeitura, desde que não seja destinada a veiculação de mídia paga. Quaisquer cópias adicionais serão fornecidas mediante acordo prévio e custos acordados.

17.28. Os arquivos que contenham as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo MUNICÍPIO.

17.29. Disponibilizar ao MUNICÍPIO informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

17.30. Fornecer ao MUNICÍPIO cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE- MG.

17.31. Entregar ao MUNICÍPIO, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

17.32. Elaborar, sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.





17.33. Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.

17.34. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

17.35. A AGÊNCIA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

17.36. Sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

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

17.38. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos serviços.

17.39. A AGÊNCIA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o MUNICÍPIO e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

17.40. Havendo condenação contra o MUNICÍPIO, a AGÊNCIA lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

17.41. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, além da disponibilização total do material quando solicitado para o MUNICÍPIO.

18. DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

18.1. Acompanhar, fiscalizar, controlar e avaliar a entrega do objeto, através do Fiscal do Contrato;

18.2. A Prefeitura Municipal de Pouso Alegre/MG se obriga a efetuar os pagamentos devidos nas formas e condições ora estipuladas;

18.3. Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela contratada, bem como disponibilizar os documentos que se fizerem necessários a prestação dos serviços;

18.4. Zelar pela boa qualidade do fornecimento, receber, apurar e solucionar queixas e reclamações, quando for o caso;

18.5. Notificar a contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constantes no objeto, para serem corrigidos.

18.6. Recusar qualquer material que apresente incorreções de natureza construtiva e/ou de acabamento, ficando as correções à custa da CONTRATADA, inclusive material e horas de trabalho.

18.7. Notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na execução dos serviços, para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;





18.8. Rejeitar todo e qualquer material de má qualidade e em desconformidade com as especificações deste Termo e solicitações.

18.9. Solicitar com um período de 15 dias de antecedência o qual campanha/material o MUNICÍPIO irá utilizar.

18.10. Atestar o recebimento do objeto contratado no documento fiscal correspondente.

18.11. Autorizar expressamente os serviços que estejam em conformidade com o solicitado, bem como, emitir orientação acerca da sua execução, ressalvadas solicitações verbais, determinadas pela urgência, as quais deverão ser confirmadas por escrito pelo CONTRATANTE, no prazo de três dias úteis;

18.12. Assegurar livre acesso das pessoas credenciadas pela CONTRATADA para execução dos serviços;

18.13. Empenhar os recursos necessários, garantido o pagamento das Notas Fiscais/Faturas em dia;

18.14. O MUNICÍPIO procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

a) Se e quando julgar conveniente, o MUNICÍPIO poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor, conforme artigo 23 e seguintes da Lei 14.133/2021.

19. DA FISCALIZAÇÃO

19.1. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos fiscais do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

19.2. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos seguintes fiscais:

Gestor do Contrato: Jaqueline Lima da Costa - Matrícula 19608-04

Suplente: Dejeane Mendes Faria de Toledo Santos - Matrícula 17303-07

Fiscal Administrativo: Bruna Shayane Iwata Pereira Bonafé - Matrícula – 23367-02

Suplente: João Pedro dos Santos Oliveira - Matrícula 24567-01

Fiscal Técnico: Rafael Lemes Paulino – Matrícula 24029-02

Suplente: Tales da Silva Souza - Matrícula: 23142-02

19.2.1. Os servidores possuem conhecimento administrativo suficiente do objeto do contrato e possuem aptidão para fiscalizar seu cumprimento, conforme disposto no art. 7º da lei.

19.2.2. A Secretaria de Comunicação Social, Lazer e Turismo, não possui em seu quadro a quantidade de servidores efetivos a fim de inseri-los na fiscalização dos contratos e atas.

19.3. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial (Lei nº 14.133/2021, art. 115, caput).

19.4. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do Contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila (Lei nº 14.133/2021, art. 115, §5º).

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





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

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

Fiscalização Técnica

19.8. O fiscal técnico titular e suplente do Contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI);

19.9. O fiscal técnico titular e suplente do Contrato anotarão no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º, e Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II);

19.10. Identificada qualquer inexistência ou irregularidade, o fiscal técnico titular e suplente do Contrato emitirão notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III);

19.11. O fiscal técnico titular e suplente do Contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, IV).

19.12. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do Contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, V).

19.13. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva, à prorrogação contratual ou ao cancelamento da referida aquisição. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VII).

Fiscalização Administrativa

19.14. O fiscal administrativo do Contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário (Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022).

19.15. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do Contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV).

Gestor do Contrato

19.16. O gestor do contrato coordena a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).





19.17. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).

19.18. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).

19.19. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).

19.20. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).

19.21. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).

20. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

20.1. São aplicáveis às sanções previstas no Título IV, capítulo I da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas pertinentes.

20.2. Na aplicação das sanções serão considerados: a natureza e a gravidade da infração cometida; as peculiaridades do caso concreto; as circunstâncias agravantes ou atenuantes; os danos que dela provierem para a Administração Pública; a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

20.3. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

20.3.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo Agente de Contratação durante o certame.

20.3.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

- I- Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
- II- Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- III- Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do Edital;
- IV- Deixar de apresentar documentação exigida.

20.3.2.1. Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou deixar de apresentar amostra;

20.3.2.2. Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

20.3.3. Não celebrar o contrato, não prestar garantia de execução contratual ou adicional ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta.

20.3.4. Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração.





20.3.5. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração ou informações falsas durante a licitação.

20.3.6. Fraudar a licitação.

20.3.7. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

- I- Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- II- Induzir deliberadamente a erro no julgamento;
- III- Apresentar amostra falsificada ou deteriorada.

20.3.8. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

20.3.9. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846/2013.

20.4. Com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021, a Administração poderá garantir a prévia defesa, aplicar ao licitante e/ou adjudicatário as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

- I- Advertência;
- II- Multa;
- III- Impedimento de licitar e contratar;
- IV- Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

20.5. Na aplicação das sanções serão considerados:

- I- A natureza e a gravidade da infração cometida;
- II- As peculiaridades do caso concreto;
- III- As circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- IV- Os danos que dela provierem para a Administração Pública;
- V- A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

20.6. A multa será recolhida em percentual de 0,5% (cinco décimos por cento) a 30% (trinta por cento) incidente sobre o valor do contrato licitado.

20.7. Para as infrações previstas nos subitens 20.3.1 e 20.3.2 a multa será de 15% (quinze por cento) do valor do contrato licitado.

20.8. Para as infrações previstas nos subitens 20.3.2.1, 20.3.2.2, 20.3.3, 20.3.4 e 20.3.5, a multa será de 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado.

20.9. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

20.10. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

20.11. A sanção de impedimento de licitar e contratar serão aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos subitens 20.3.1 e 20.3.2, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente





federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, qual seja, Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

20.12. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos subitens 20.3.2.1, 20.3.2.2, 20.3.3, 20.3.4 e 20.3.5, bem como pelas infrações administrativas previstas nos subitens 20.3.1, 20.3.2 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no § 5º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133/2021.

20.13. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no subitem 20.3.1 e 20.3.2 caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

20.14. A apuração de responsabilidades relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

20.15. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados a partir da intimação da aplicação das penalidades de advertências, multa ou impedimento de licitar e contratar, sendo dirigido à autoridade que proferiu a decisão.

Caso a autoridade recorra não reconsidere sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso, com sua motivação, à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da coleta dos autos, conforme disposto no art. 166 da Lei nº 14.133/2021.

20.16. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento, conforme estabelece o art. 167 da lei 14.133/2021.

20.17. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida, até que sobrevenha decisão final da autoridade competente, conforme previsto no art. 168 da Lei nº 14.133/2021.

20.18. A aplicação das sanções previstas em Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

20.19. A penalidade de ADVERTÊNCIA será aplicada em caso de infrações cometidas que prejudiquem a lisura do processo licitatório ou correspondam a pequenas irregularidades verificadas na execução do contrato, que venham ou não causar danos ao CONTRATANTE ou a terceiros. A CONTRATADA estará sujeita às seguintes multas.

20.19.1. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal: Advertência; Multa; Impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

20.19.2. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de idoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

20.19.3. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.





20.19.4. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do §5º do art. 90 da Lei nº 14.133/2021.

20.19.5. A apuração de responsabilidade para a aplicação das sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo administrativo de responsabilização, conduzido por comissão composta por, no mínimo, 2 (dois) servidores estáveis. A comissão deverá avaliar os fatos e circunstâncias conhecidos e intimar o licitante ou adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir, em conformidade com o disposto no art. 158, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

20.19.6. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 05 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos, conforme estabelece art. 166 da lei 14.133/2021.

20.19.7. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação. O pedido será analisado pela autoridade competente, que deverá decidir no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados do seu recebimento, conforme disposto no art. 167 da Lei nº 14.133/2021.

20.19.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

20.19.9. As infrações ao disposto na Lei 14.133, serão punidas pelo órgão oficial fiscalizador com as seguintes penas, sem prejuízo das medidas judiciais adequadas e seus efeitos como de direito:

a) multa, nos casos de infração a qualquer dispositivo, a qual variará entre o valor da décima parte do salário mínimo vigente na região e o máximo correspondente a dez vezes o mesmo salário-mínimo;

b) e a infração for a do parágrafo único do art. 11 da Lei 14.133, serão multadas ambas as partes, à base de 10 (dez) a 50% (cinquenta por cento) sobre o valor do negócio publicitário realizado.

20.20. Multa por Atraso:

Em caso de descumprimento dos prazos estabelecidos para a execução dos serviços, a contratada ficará sujeita a uma multa diária de 1% (um por cento) do valor total do contrato, até o limite máximo de 10% (dez por cento) do valor contratual. A multa será calculada sobre o valor total do contrato e será cobrada a partir do primeiro dia de atraso.

20.21. Outras Penalidades:

Além das multas por atraso, a contratada poderá ser sujeita às seguintes sanções, conforme a gravidade da infração:

Advertência: A ser aplicada em casos de infrações leves ou pontuais, sem prejuízo ao andamento do contrato.

Suspensão Temporária: A contratada poderá ser suspensa de participar de futuras licitações ou contratações por até 2 (dois) anos, caso o descumprimento gere prejuízos substanciais à execução do contrato.

Rescisão Contratual: Em casos de descumprimento substancial das obrigações contratuais, a Administração poderá rescindir o contrato, além de aplicar as penalidades devidas.

20.22. Redução de Pagamento:

Caso a contratada não cumpra os termos acordados, a Administração poderá reduzir o pagamento proporcionalmente à falha ou atraso na execução dos serviços, até que o serviço seja devidamente executado ou regularizado.

20.23. Reparação de Danos:





A contratada será responsável por todos os danos causados à Administração em decorrência do não cumprimento das obrigações contratuais, incluindo custos adicionais gerados pela não execução conforme o estabelecido, e deverá indenizar a Administração por tais danos.

21. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

21.1. Documentos de Regularidade Fiscal e Trabalhista:

- a)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
 - b)** Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.
 - c)** Prova de regularidade para com a Fazenda do Município da sede ou domicílio da licitante, relativa aos tributos mobiliários e imobiliários, dentro do prazo de validade.
 - d)** Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, mediante a apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal, dentro do prazo de validade.
 - e)** Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, que deverá ser feita através da apresentação da Certidão Negativa de Débitos – CND, dentro do prazo de validade.
 - f)** Prova de regularidade para com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, que deverá ser feita através da apresentação do CRF, emitido pela Caixa Econômica Federal, dentro do prazo de validade.
 - g)** Prova da regularidade dos Débitos Trabalhistas, de acordo com a Lei Federal 12.440/2011, dentro do prazo de validade.
 - h)** As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida para a comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição;
- I) Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da convocação da agente de contratação para apresentação, prorrogáveis por igual período, a critério da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas, com efeito, de certidão negativa;
- II) A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital, procedendo-se a convocação dos licitantes para, em sessão pública, retomar os atos referentes ao procedimento licitatório.

21.2. As certidões que não possuírem especificação a respeito do prazo de validade serão aceitas com até 90 (noventa) dias da data de sua expedição.

22. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

22.1. Documentos de Qualificação Econômica:

- a)** Certidão Negativa de Falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em data não anterior a sessenta dias da abertura da sessão pública desta CONCORRÊNCIA, se outro prazo não constar do documento.
- b)** Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.
- b.1)** O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.





b.2) Serão considerados “na forma da lei”, dentre outros, o Balanço Patrimonial (inclusive o de abertura) e demonstrações contábeis assim apresentados: a) publicados em Diário Oficial; ou b) publicados em Jornal; ou c) por cópia ou fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou junto aos Ofícios de Registros local do Comércio (cartórios) delegados para esse fim; ou d) por cópia ou fotocópia do livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou junto aos Ofícios de Registro local do Comércio (cartórios) delegados para esse fim, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento; ou e) escrituração contábil digital, conforme Instrução Normativa RFB nº 1774, de 22 de dezembro de 2017.

b.3) A boa situação financeira será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

b.3.1.) As fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço.

b.3.2.) Caso o memorial não seja apresentado, a Comissão de Licitações reserva-se o direito de efetuar os cálculos ou encaminhá-los ao setor de contabilidade para que os façam.

b.3.3) Se necessária, a atualização do balanço e do patrimônio líquido deverão ser apresentados juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente.

b.3.4.) Todas as licitantes deverão apresentar os documentos específicos para a participação nesta concorrência, devendo ser entregues numerados, de preferência sequencialmente e na ordem deste edital, a fim de permitir celeridade na conferência e exame correspondentes:

b.3.5.) A licitante que apresentar em qualquer dos índices acima indicados (LG, SG e LC) valor igual ou inferior a um, deverá comprovar que possui capital mínimo ou o valor do patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais.

22.2. Justificativa da Qualificação Econômica Financeira

A exigência de qualificação econômico-financeira fundamenta-se na natureza e na complexidade do objeto desta contratação, que tem por objeto a Contratação de Serviço de Publicidade e Propaganda Prestadas por Intermédio de Agência Especializada para atender a Prefeitura Municipal de Pouso Alegre/MG.

Além disso, trata-se de contratação de valor significativo e que demanda capacidade financeira comprovada por parte da contratada para garantir a adequada e ininterrupta prestação dos serviços.

Essas exigências se dão devido aos custos elevados e contínuos, demandando da empresa estrutura financeira sólida para absorver eventuais oscilações de mercado, como o aumento de despesas operacionais ou necessidades emergenciais, sem comprometer a execução contratual.





Assim, a comprovação de patrimônio líquido mínimo, demonstrações contábeis e índices econômico-financeiros adequados não configura restrição à competitividade, mas torna-se uma medida necessária para impedir a contratação de empresas que não possuam condições reais de sustentar os gastos inerentes ao objeto.

A qualificação econômico-financeira, portanto, é medida proporcional e compatível com os riscos do contrato, garantindo:

- A boa execução dos serviços;
- A segurança jurídica e financeira do Município;
- A continuidade das atividades essenciais de limpeza, remoção e transporte;
- A prevenção de interrupções decorrentes de incapacidade financeira da contratada;
- A adequada prestação do serviço ao interesse público.

Dessa forma, as exigências econômico-financeiras previstas no instrumento convocatório visam assegurar que apenas empresas com efetiva capacidade de cumprir integralmente as obrigações assumidas participem do certame, conferindo maior segurança ao município e regularidade à execução contratual.

23. DA VEDAÇÃO À PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIO

Estabelece o artigo 15, caput, da Lei 14.133/21 que “salvo vedação justificada no processo licitatório, pessoa jurídica poderá participar da licitação em consórcio”; neste sentido é que se justifica que, para o presente processo não é cabível a participação de consórcios, uma vez que a execução é integralmente atribuída a única entidade empresarial, cabendo a ela a organização de todos os elementos necessários para consecução do objeto. Ademais, vale ressaltar que o art. 2º, §§ 3º e 4º, da Lei n. 12.232/2010 restringe a possibilidade de contratação simultânea:

Art. 2º [...] Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizada no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

24. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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





Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

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

24.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

24.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.

24.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, é composto pelos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, parte deste Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

24.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Pouso Alegre para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

24.6.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação prevista no Briefing, compreendendo:

- a) Explicação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) Explicação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

24.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:





a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

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

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

- a) apresentação em que a licitante explicitará a justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$300.000,00 (trezentos mil reais)**.

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

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

Nessa simulação:

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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

24.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:



I - Ter a identificação da licitante;

II - Ser datado;

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

Capacidade de Atendimento

24.8. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em cadernos específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

- a)** relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b)** a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.
- c)** As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d)** a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e)** a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

24.9. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

24.9.1. Os documentos e informações e o caderno específico mencionado no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.2.

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

24.9.3. O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

24.9.4. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

24.9.5. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2023.





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

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

24.9.8. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Pouso Alegre/MG.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

24.10. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

24.11. Os documentos e informações e o caderno específico mencionado no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.

24.12. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

O Relato deverá:

- I - Ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III – Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Pouso Alegre/MG.
- IV – Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

24.14. As ações de que trata o subitem 24.12 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2023.

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

- I– As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PENDRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;
- II– As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III– para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

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





25. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

25.1. A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

25.3. Plano de Comunicação Publicitária

25.3.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a)** das funções e do papel do Município de Pouso Alegre nos contextos social, político e econômico (até 2,5 pontos);
- b)** da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de com seus públicos (até 2,5 pontos);
- c)** das características do Município de Pouso Alegre e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (até 2,5 pontos);
- d)** sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (até 2,5 pontos).

25.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a)** Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Pouso Alegre e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação (até 5 pontos);
- b)** A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos (até 5 pontos);
- c)** A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Pouso Alegre com seus públicos (até 5 pontos);
- d)** a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Pouso Alegre (até 5 pontos).

25.3.3. Ideia Criativa

- a)** sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Pouso Alegre (até 5 pontos);
- b)** sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (até 5 pontos);
- c)** sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (até 5 pontos);
- d)** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (até 5 pontos).

25.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a)** O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (até 3 pontos);
- b)** A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (até 3 pontos);
- c)** A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores (até 3 pontos);
- d)** A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal (até 3 pontos);
- e)** A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material (até 3 pontos).

25.4. Capacidade de Atendimento

- a)** O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (até 3 pontos);
- b)** A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (até 3 pontos);





- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato (até 3 pontos);
- d) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal e a licitante, esquematizado na proposta (até 3 pontos);
- e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato (até 3 pontos).

25.5. Repertório

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (até 5 pontos);
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material (até 5 pontos).

25.6. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) A evidência de planejamento publicitário (até 2,5 pontos);
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (até 2,5 pontos);
- c) A relevância dos resultados apresentados (até 2,5 pontos);
- d) A concatenação lógica da exposição (até 2,5 pontos).

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

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

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

25.13. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

25.14. A Subcomissão reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a **20% (vinte por cento)** da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

25.15. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

25.16. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

25.17. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.



26. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

26.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

26.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo II, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 **não será aceito:**

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

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

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

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

26.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratações considerará o preço por extenso.

27. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

27.2. Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

- a)** empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;
- b)** empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- c)** em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;
- d)** empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal de Pouso Alegre;
- e)** suspensa se participar de licitação e impedidas de contratar com o Município de Pouso Alegre durante o prazo da sanção aplicada;
- f)** declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação.
- g)** sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- h)** empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores e ou sócios comuns.





28. INEXECUÇÃO, EXTINÇÃO DO CONTRATO

28.1. A inexecução total ou parcial do contrato ensejará a sua extinção com as consequências contratuais e as previstas em lei, com fulcro no Título III, Capítulo VIII da Lei nº.14.133/2021, nos seguintes moldes:

- a)** Determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta;
- b)** Consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;
- c)** Determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

28.2. Constituirão motivos para extinção do contrato, a qual deverá ser formalmente motivada nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, as seguintes situações:

- I - não cumprimento ou cumprimento irregular de normas editalícias ou de cláusulas contratuais, de especificações, de projetos ou de prazos;
- II- desatendimento das determinações regulares emitidas pela autoridade designada para acompanhar e fiscalizar sua execução ou por autoridade superior;
- III - alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que restrinja sua capacidade de concluir o contrato;
- IV - decretação de falência ou de insolvência civil, dissolução da sociedade ou falecimento do contratado;
- V - caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos da execução do contrato;
- VI - razões de interesse público, justificadas pela autoridade máxima do órgão ou da entidade contratante;
- VII - não cumprimento das obrigações relativas à reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz.

28.3. O descumprimento, por parte da CONTRATADA, de suas obrigações legais e/ou contratuais assegurará ao CONTRATANTE o direito de extinguir o contrato a qualquer tempo, independentemente de aviso, interpelação judicial e/ou extrajudicial.

28.4. A extinção por ato unilateral do CONTRATANTE sujeitará a CONTRATADA à multa rescisória de até 10% (dez por cento) sobre o valor do saldo do contrato existente na data da extinção, independentemente de outras penalidades.

28.5. O descumprimento, por parte da CONTRATADA, de suas obrigações legais e/ou contratuais assegurará ao CONTRATANTE o direito de extinguir o contrato a qualquer tempo, independentemente de aviso, interpelação judicial e/ou extrajudicial.

28.6. A extinção por ato unilateral do CONTRATANTE sujeitará a CONTRATADA à multa rescisória de até 10% (dez por cento) sobre o valor do saldo do contrato existente na data da extinção, independentemente de outras penalidades.

Pouso Alegre, 25 de março de 2026.

**Bruna Shayane Iwata Pereira Bonafé
ASSESSORA**



ANEXO II BRIEFING AGÊNCIA

1. Introdução

1.1 O presente briefing fornece informações para agências de publicidade interessadas na licitação modalidade Concorrência, tipo técnica e preço, para serviços de comunicação publicitária ao Município de Pouso Alegre. O processo segue os princípios de legalidade, transparência e austeridade, de acordo com o disposto nos incisos II e III, do Art. 6º, da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

1.2 Dentro dos princípios que o Município de Pouso Alegre assume como inderrogáveis – de absoluta legalidade, total transparência de conduta, indeclinável austeridade e retidão ao conduzir os negócios públicos –, o procedimento que este projeto básico inaugura conformar-se-á aos limites estabelecidos pelos seguintes marcos normativos.

2. Objeto

2.1 O presente briefing tem como objetivo a contratação de prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e de informar o público em geral.

2.1.1 Será requerida, também, a prestação de serviços especializados, tais como:

- a) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) Produção e execução técnica das peças e/ou materiais criados pela agência licitante vencedora.

2.1.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão como finalidade:

- 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 o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.2. Não está contemplada no objeto desta licitação a divulgação de publicidade oficial, assim entendida como a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, vinculados via Diário Oficial.

2.3 A Agência atuará por conta e ordem da CONTRATANTE em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, sendo que somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à LICITANTE VENCEDORA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do §1º do art. 2º da Lei 12.232/2010, na contratação de:

2.3.1 Fornecedores de serviços de produção, especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 2.1. e nos subitens 2.1.1 e 2.1.2;





2.3.2 Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia, seja ela convencional, alternativa, digital ou online.

2.4 A CONTRATANTE poderá ampliar ou reduzir quantitativamente o objeto deste briefing, respeitada a limitação prevista em lei, hipótese em que se fará o reajustamento correspondente e proporcional ao seu preço, desde que mantidas as condições gerais das propostas originais.

2.5 O objeto deste briefing deve ser executado diretamente pela LICITANTE, não podendo ser subempreitado, cedido ou sublocado, excetuado aquilo que não se inclua em sua especialização, observado o disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

3. Cenário Geral do Município

Pouso Alegre, localizada na região do Sul de Minas Gerais, é um importante pólo industrial, comercial e logístico. Em 2024, segundo estimativas do IBGE, sua população é de 160.751 habitantes, consolidando sua posição como a segunda maior cidade da região. O município ocupa uma área de 192,28 km², com uma densidade demográfica aproximada de 280,43hab/km.

4. Estrutura Organizacional da Prefeitura de Pouso Alegre

O Poder Executivo compreende um conjunto integrado de diferentes órgãos, responsáveis pelas ações de governo nos diversos níveis da estrutura administrativa, cuja missão é atingir os objetivos e as metas gerais de governo municipal. O Poder Executivo é exercido pelo Prefeito do Município, com auxílio direto do Vice-Prefeito, dos Secretários Municipais e dos dirigentes de entidades da administração, Órgãos da Administração Geral: Gabinete do Prefeito;

- a. Controladoria-Geral do Município;
- b. Procuradoria-Geral do Município;
- c. Secretaria Municipal de Administração e Finanças;
- d. Secretaria Municipal de Gestão de Pessoas;
- e. Secretaria Municipal de Planejamento Urbano e Meio Ambiente;
- f. Secretaria Municipal de Infraestrutura, Obras e Serviços Públicos;
- g. Secretaria Municipal de Trânsito e Transportes;
- h. Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento;
- i. Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico;
- j. Secretaria Municipal de Políticas Sociais;
- k. Secretaria Municipal de Educação;
- l. Secretaria Municipal de Saúde;
- m. Secretaria Municipal de Comunicação Social, Lazer e Turismo.
- n. Superintendência de Gestão de Recursos Materiais;
- o. Superintendência Municipal de Esportes;
- p. Superintendência Municipal de Cultura;

5. Da Campanha Publicitária

A Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, visando avaliar a capacidade técnica das agências interessadas, propõe o desenvolvimento de uma campanha hipotética para dar visibilidade às políticas públicas de proteção à mulher, baseando-se nos princípios de transparência e utilidade pública.

O objetivo é divulgar a rede de proteção à mulher de Pouso Alegre, destacando os serviços de acolhimento, suporte financeiro, segurança e reconstrução de vida oferecidos pela prefeitura. Pouso Alegre apresenta um cenário que demanda atenção urgente: entre 2024 e o início de 2026, Minas Gerais registrou mais de 342 mil ocorrências de violência doméstica. No município, os dados da PCMG apontam picos de mais de 130 casos mensais.





Embora a segurança pública seja uma atribuição estadual, a Prefeitura de Pouso Alegre assumiu o compromisso de criar uma rede de suporte municipal robusta. O desafio de comunicação é informar à mulher vítima de violência que o município possui uma estrutura completa para que ela rompa o ciclo de abuso com segurança e dignidade.

5.1. A Campanha Publicitária também deverá explorar os pilares:

- a. Lançamento da Delegacia Especializada de Atendimento à Mulher: Destacar, como um marco inédito em Pouso Alegre, a implantação da Delegacia da Mulher, resultado da parceria entre a Polícia Civil e a Prefeitura. Apresentar o serviço como um avanço histórico na proteção às mulheres, com atendimento especializado, humanizado e sigiloso, ampliando o acesso à justiça, garantindo mais agilidade nos encaminhamentos e fortalecendo a integração com toda a rede municipal de acolhimento e suporte. Informar que a unidade estará localizada na Rua José Alfredo de Paula, nº 201, facilitando o acesso das mulheres ao serviço.
- b. Saúde e Atendimento Humanizado (Sala Lilás): Divulgação do atendimento individualizado e separado na UPA Central, onde a mulher conta com psicólogos e assistentes sociais no Núcleo da Paz – Secretaria Municipal de Saúde.
- c. Suporte Habitacional e Acolhimento: Informar sobre a Casa de Passagem para Mulheres e seus filhos e o Auxílio Aluguel de R\$ 1.000,00 .
- d. Suporte via CREAS: Realizam junto as vítimas de violência doméstica, o acolhimento e escuta qualificada com psicólogo e assistente social, acompanhamento familiar (PAEFI), orientação jurídica-social, articulação e encaminhamentos para a rede intersetorial, e entrevistas domiciliares.
- e. Autonomia e Reconstrução: Divulgar as ações da Secretaria de Políticas Sociais, com cursos gratuitos e auxílio direto para inserção no mercado de trabalho.
- f. Incentivo à Denúncia e à Busca por Ajuda: Promover mensagens que estimulem mulheres em situação de violência a romper o silêncio, reforçando a existência de canais seguros, sigilosos e acessíveis para acolhimento, orientação e encaminhamento.
- g. Compreensão dos Tipos de Violência: Abordar, de forma clara e didática, que a violência contra a mulher não se restringe à agressão física, incluindo também as violências psicológica, moral, patrimonial e sexual.
- h. Facilitação do Acesso à Rede de Proteção: Apresentar, de maneira objetiva e prática, os caminhos para acesso aos serviços disponíveis no município, indicando onde buscar ajuda, quais atendimentos estão disponíveis e como ocorre o acolhimento.
- i. Fortalecimento da Rede de Apoio Social: Estimular a participação da sociedade, conscientizando familiares, amigos, vizinhos e demais cidadãos sobre seu papel no apoio e encaminhamento de mulheres em situação de violência.
- j. Valorização da Autonomia e Reconstrução de Vida: Evidenciar as ações voltadas à independência financeira e à reinserção social das mulheres atendidas, destacando oportunidades de capacitação, suporte habitacional e geração de renda.
- k. Sensibilização para os Sinais Iniciais de Violência: Contribuir para a identificação precoce de situações de risco, demonstrando que comportamentos de controle, humilhação e isolamento também configuram violência e tendem a se agravar ao longo do tempo.
- l. Reforço do Posicionamento Institucional do Município: Apresentar Pouso Alegre como um município comprometido com a proteção, o acolhimento e a garantia de direitos das mulheres, evidenciando a integração dos serviços e a atuação intersetorial da administração pública.





m. Observância de Diretrizes Éticas e de Responsabilidade Social: Garantir que toda a comunicação seja realizada de forma respeitosa, acolhedora e não sensacionalista, evitando exposição indevida de vítimas, estigmatização ou qualquer abordagem que possa gerar constrangimento ou revitimização.

5.2. Além disso, a campanha deverá ressaltar a valorização da vida, a tecnologia de proteção e o vínculo de confiança com a gestão pública:

- a. Resposta às Necessidades: Apresentar a rede municipal como um suporte.
- b. Proximidade e Acolhimento: Fortalecer a mensagem de que a proteção as mulheres é um dever de todos.
- c. As agências interessadas deverão apresentar propostas criativas, inovadoras e impactantes, com estratégias que promovam o envolvimento da população.

6. Objetivo da Comunicação

O principal objetivo da comunicação é conscientizar a população de Pouso Alegre sobre a Conscientizar a população sobre a gravidade dos dados de violência doméstica em Pouso Alegre.

- a. Educar as mulheres sobre como acessar o Núcleo da Paz e a Sala Lilás na UPA Central.
- b. Informar sobre os benefícios financeiros e habitacionais exclusivos do município.
- c. Fomentar o orgulho local, posicionando Pouso Alegre como referência mineira no suporte integral à mulher.

7. Materiais de Campanha

A Agência deverá submeter para aprovação da Prefeitura todos os materiais produzidos, juntamente com a estratégia de campanha e estratégia de mídia, que devem estar alinhados com o conceito da campanha.

8. Informações de Mídia

8.1 Informações de complementares:

- a. Verba disponível: R\$ 300.000,00
- b. Prazo: 30 dias para a execução e veiculação da campanha.
- c. O brasão da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre está disponível no site oficial da Administração, acessível pelo link: <https://pousoalegre.mg.gov.br/>.
- d. Possíveis canais de vinculação: Canais Oficiais da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre.

- Site oficial: <https://pousoalegre.mg.gov.br/>
- Instagram: <https://www.instagram.com/prefeituradepousoalegre/>
- Facebook: https://www.facebook.com/PrefeituraDePousoAlegre/?locale=pt_BR
- YouTube: <https://www.youtube.com/@tvPMPA/videos>

9. Público-Alvo:

Toda a população do Município de Pouso Alegre, com foco em mulheres, englobando todas as faixas etárias e classes sociais.

Pouso Alegre, 25 de março de 2026.

Jaqueline Lima da Costa
Secretária de Comunicação Social, Lazer e Turismo





ANEXO III

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO 42/2026**

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG.

TERMO DE RETIRADA DE ENVELOPE PADRONIZADO

EU, _____, inscrito(a) no RG sob o nº _____, neste ato representando a Agência de Comunicação _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, sediada na _____, declaro para os devidos fins que recebi neste ato, o envelope padronizado envelope 01 – plano de comunicação não identificado, relativo a esta Concorrência Pública.

Pouso Alegre, _____ de _____ de 2026

Assinatura





**ANEXO IV
MODELO CARTA CREDENCIAL DO REPRESENTANTE(S) NA LICITAÇÃO**

AO
MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE
ESTADO DE MINAS GERAIS

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 03/2026

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG.

O abaixo assinado, na qualidade de responsável legal pela Empresa _____, vem pela presente, informar a V.S^a, que o (a) Sr.(a) _____, Carteira de Identidade nº _____ está autorizado a acompanhar a licitação em epígrafe, podendo para tanto, impugnar, transigir, interpor e renunciar a recursos, requerer, assinar, enfim o que preciso for para o fiel cumprimento do presente credenciamento.

Atenciosamente,

Local, _____, de _____ de 2026

Nome, assinatura e identidade do(s) responsável(eis) legal(ais) pela proponente (Carimbo com CNPJ do proponente)





**ANEXO V
MODELO DE PROCURAÇÃO**

OUTORGANTE

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

OUTORGADO

O representante devidamente qualificado

OBJETO

Representar a outorgante na Concorrência 03/2026.

PODERES

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....de..... de 2026

**EMPRESA
CARGO E NOME**

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.





**ANEXO VI
MODELO DE DECLARAÇÃO**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO 42/2026**

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG.

Empresa inscrita no CNPJ n. por
intermédio de seu representante o(a) Sr(a), portador(a) da Identidade RG
n.º e do CPF.
....., DECLARA sob as penas da Lei:

1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **envelope nº. 1**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Atendimento à Lei 14.133/21: que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:

() Ressalva: contratar menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. (em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação:

Que não incorre em nenhum dos casos relacionados no Edital.

4) Elaboração independente de Proposta:

a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;

b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e

e) Que o conteúdo da proposta apresenta dá para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura Municipal antes da abertura oficial das propostas.

....., ... de de 2026





CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA IDENTIFICAÇÃO
DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO.

**ANEXO VII
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO 42/2026**

**OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR
INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE
POUSO ALEGRE/MG.**

Razão Social da PROPONENTE:		
Endereço:		
CEP:	FONE:	
e-mail:	CNPJ:	Inscrição Municipal

A presente proposta é válida por ____ (_____) dias*, a contar de sua apresentação.

*mínimo 60 (sessenta) dias

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. 03/2026 promovida pela Prefeitura Municipal de Pouso Alegre/MG, serão praticados:

- a) Honorários de% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) Honorários de% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários de% (..... por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
- d) Remuneração de% (.....por cento) sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que esses veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.
- e) Desconto a ser concedido à Prefeitura de sobre os custos internos, baseados na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.....% (..... por cento);

Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura:

- a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.
 - b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.
- Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Pouso Alegre/MG procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

- a) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no item 19 do Edital.
- b) Declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Pouso Alegre/MG as vantagens obtidas.





Observação: A Proposta de Preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada, quando necessário.

**ANEXO VIII
DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA**

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de/...../.....a
...../...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s), de forma adequada, atingindo plenamente os objetivos por nós desejados:

SERVIÇOS: (como tal definidos no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, a Lei 12.232/2010.)

....., de..... de 2026

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.





**ANEXO IX
MINUTA CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº xx /2026**

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 03/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 42/2026**

**CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE/MG
CONTRATADA:**

Aos.....dias do mês de do ano de 2026 (dois mil e vinte e seis), nesta cidade de Pouso Alegre, Estado de Minas Gerais, as partes de um lado o **MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE/MG**, pessoa jurídica de direito público interno, sediado na rua carijós, nº45.,Centro, cadastrado junto ao Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ/MF) sob nº 18.675.983/0001-21 neste ato representado pela **Secretária de Comunicação Social, Lazer e Turismo** devidamente inscrita junto ao Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda (CPF/MF) sob o nº, portador da Cédula de Identidade RG n.º M, nomeada pela Portaria no, de , publicada em e em conformidade com as atribuições que lhe foram delegadas pela Portaria n..... de....., publicada em; denominado **CONTRATANTE**, e, de outro lado, a empresa, pessoa jurídica de direito privado, sediada na, no Município de, Estado de, cadastrada junto ao Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda - CNPJ/MF sob o nº, com Inscrição Estadual registrada sob nº, neste ato representado pelo Sr. portador da Cédula de Identidade RG nº, inscrita no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda - CPF/MF sob o nº doravante denominada **CONTRATADA**, têm entre si justo e acordado celebrar o presente contrato, em face do resultado do Concorrência Presencial nº 03/2026, que se regerá pela pelas disposições da Lei 12.232/2010 e, de forma complementar, das Leis n. 4.680/65 e 14.133/21, Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como o Edital referido, a proposta da **CONTRATADA**, e as cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO.

1.1. O objeto do presente contrato é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG**, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no Edital e seus anexos.

1.2. DAS ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

2.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

2.2. À criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

2.3. à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.





2.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

CLÁUSULA SEGUNDA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

2. As despesas correspondentes à execução desta aquisição contrato correrão por conta da seguinte Dotação Orçamentária:

FICHA	RECURSO	ORIGEM	DOTAÇÃO	DESCRIÇÃO
374	15000000000	PRÓPRIO	02.04.2093.0004.0122.0013.3339039000000000000	MANUTENÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO

CLÁUSULA TERCEIRA - DOS PRAZOS

3.1. A CONTRATADA deverá assinar o Contrato no prazo de até 05 (cinco) dias consecutivos a partir do comunicado expedido pelo Município de Pouso Alegre.

3.2. Fica designado como local para assinatura do contrato a sede da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre – MG, situada na Rua dos Carijós, nº 45, Centro, na cidade de Pouso Alegre – MG, CEP 37550-050 ou na modalidade digital encaminhada por e-mail.

3.3. O prazo de vigência do contrato será de 01(um) ano, contado do primeiro dia útil subsequente à data de divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP, na forma do artigo 105 da Lei nº 14.133 de 2021.

3.3.1. O contrato será regido pelo disposto no art. 107 da Lei nº 14.133/2021, e poderá ser prorrogado sucessivamente, mediante acordo entre as partes, observando-se a vigência máxima de 10 (dez) anos, conforme estabelecido pela legislação vigente.

3.3.2. Considerando tratar-se de serviço de natureza contínua, cuja execução demanda estabilidade, planejamento e economicidade, a prorrogação da vigência, quando demonstrada sua vantajosidade, assegura a continuidade das atividades, evita interrupções e reduz os custos administrativos decorrentes da realização de novos certames. Tal extensão permanece sempre condicionada ao interesse público e à avaliação prévia da Administração.

3.3.3. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais realizados pelo Fiscal Técnico.

3.4. Os serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas do Município de Pouso Alegre deverão ser entregues em até 15 (quinze) dias a contar da entrega da ordem de serviço.

3.5. Os atrasos na execução dos serviços, somente serão justificáveis quando decorrerem de casos fortuitos ou de força maior, conforme da Lei nº 14.133/21, suas alterações e disposições contidas no Código Civil Brasileiro.





3.6. Em caráter excepcional e na eventualidade de haver a determinação de algum prazo não previsto no Edital, em decorrência de alguma eventualidade que possa surgir durante a execução dos serviços, este será determinado pela CONTRATANTE.

3.7. A contratada deve reparar, corrigir, refazer no todo ou em parte, o(s) serviço (s) em que se verifiquem danos, defeitos, vícios, falhas e/ou imperfeições em decorrência da má execução do serviço, bem como providenciar o refazimento do(s) mesmo(s), no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contados da notificação que lhe for entregue oficialmente;

3.7.1. Em casos excepcionais, em que o cumprimento do prazo estabelecido seja comprometido por razões justificáveis, como a necessidade de ajustes no processo criativo, dependência de fornecedores ou terceiros, ou outros fatores devidamente comprovados, o prazo poderá ser estendido mediante justificativa formal da contratada e anuência expressa da contratante.

3.8. A contratada deverá informar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data dos serviços a serem prestados, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.

CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR

4.1. O valor total desta contratação está estimado em R\$ 3.500.000,00 (três milhões quinhentos mil reais) para um período de 12 (doze) meses de execução contratual.

4.1.1. Para chegar a uma estimativa no valor da contratação, foram utilizados preços dos custos internos presentes na Lista Referencial (tabela SINAPRO-MG), sobre os valores referenciais de serviços de Agência de Publicidade e Propaganda, adequados a atual necessidade de comunicação do Município de Pouso Alegre.

4.2. O valor mencionado poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério do CONTRATANTE, não cabendo à Contratada indenização de qualquer espécie pelos saldos, físico ou financeiro, eventualmente não utilizados.

4.2.1. A CONTRATADA não fará jus à integralidade da previsão orçamentária para a execução dos serviços, cabendo-lhe somente a remuneração pelo que efetivamente executado por meio das Ordens de Serviço.

4.3. A CONTRATADA ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

CLÁUSULA QUINTA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

5.1. O CONTRATANTE pagará à CONTRATADA, em conformidade com as disposições da Lei n. 4.680/1965, Lei nº 12.232, lei nº 14.133/21 e demais normas aplicáveis, ficando estabelecido o seguinte:

5.1.1. Custos internos – o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles executados pelo pessoal e/ou recursos próprios da CONTRATADA, será calculado com base na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/MG Nº 50, limitada ao valor de referência, com aplicação do percentual de desconto ofertado pela licitante na proposta de preços, conforme definido no instrumento contratual.

5.1.1.1. O reajuste dos custos internos se dará com a publicação de novas tabelas referenciais pelo SINAPRO/MG.

5.1.2. Honorários – os serviços especializados e suprimentos externos terão seus gastos orçados junto a fornecedores, selecionados pela agência e aceitos pelo Anunciante, cabendo ao CONTRATANTE pagar à CONTRATADA honorários de 5% (cinco por cento) sobre os serviços e suprimentos externos contratados;





5.1.3. Honorários especiais - quando a responsabilidade da CONTRATADA limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA honorários de 5% (cinco por cento) sobre o valor da contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

5.1.4. Veiculação – além da remuneração prevista nos itens 5.1.1, 5.1.2 e 5.1.3, a CONTRATADA fará jus a honorários equivalentes ao desconto concedido pelos veículos de comunicação às agências, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, equivalente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação.

5.1.4.1. A CONTRATADA reverterá integralmente em favor do CONTRATANTE o percentual negociável do desconto-padrão de agência a ser aplicado sobre o investimento bruto do anunciante em mídia, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” (Anexo B e seu adendo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária), de acordo com os parâmetros estipulados na tabela a seguir:

ANEXO “B”	
SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS	
Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária	
INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

5.2. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar:

5.2.1. A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE, CNPJ. Nº 18.675.983.0001/21, contendo o número do CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)
Agência (nome e número) Conta
Corrente (número)

5.2.2. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à PREFEITURA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

5.3. O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento da CONTRATADA, deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo do CONTRATO.

5.3.1. Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

5.4. Deverá ser apresentada a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:



- a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.
- b) Os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;
- c) Os documentos comprobatórios devem incluir a demonstração do valor devido ao veículo de comunicação, a respectiva tabela de preços, a descrição dos descontos negociados, os pedidos de inserção correspondentes e a comprovação da efetiva veiculação, sendo esta última providenciada sem ônus para a PREFEITURA.
- d) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “b” a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

5.5. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 5.4. “b” é constituído por:

I – Revista e anuário: exemplar original;

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

III – Demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

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

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

b) Mídia Exterior:

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

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

III- Carro/Moto de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa





que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

5.6. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 5.5 serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

5.7. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à PREFEITURA.

5.8. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Secretaria de Comunicação Social, Lazer e Turismo.

5.9. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

5.11. A PREFEITURA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

5.12. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:

- I - Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços FGTS;
- II - Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;
- III - Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);
- IV- Certidões Negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;
- V- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

5.13. Caso a CONTRATADA não comprove a regularidade fiscal e trabalhista:

5.13.1. Será emitida notificação pelo CONTRATANTE para regularização no prazo de 30 (trinta) dias, contados a partir do recebimento do ofício, e, 5.13.2. Caso não seja regularizada, será iniciado o processo de extinção contratual, com aplicação da multa rescisória;

5.13.2. Concomitantemente, será realizado o pagamento, procedendo-se as retenções tributárias, na forma da lei.

5.14. A CONTRATADA apresentará à PREFEITURA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

5.15. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 5.12 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.

5.16. A PREFEITURA efetuará o pagamento conforme calendário abaixo:





5.16.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem 5.12.

5.16.2. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

5.17. Havendo atraso no pagamento pela PREFEITURA, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação por tabela do IGPM (FGV).

5.18. A PREFEITURA não acatará cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

5.19. A PREFEITURA não será responsável por qualquer compromisso assumido pela CONTRATADA, sendo a Agência a única responsável pela veiculação das campanhas publicitárias e por quaisquer encargos ou cobranças diretamente feitas por terceiros.

5.20. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

5.21. A PREFEITURA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar. Os preços dos serviços de veiculação deverão corresponder à tabela oficial de preços do respectivo veículo, ou ao preço com ele negociado, considerando o que for menor.

5.22. A remuneração da CONTRATADA observará, em qualquer hipótese, os valores faturados pelos fornecedores e veículos de divulgação, a eles não acrescidos o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

5.23. A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao Contrato.

5.24. Com referência aos textos, layout e roteiros, será observado:

- a) Aqueles que forem rejeitados não serão cobrados pela CONTRATADA;
- b) Os que forem aprovados, em que houver decisão posterior do CONTRATANTE de cancelamento da veiculação, serão pagos à CONTRATADA.

5.25. As condições para que ocorra o pagamento são as seguintes:

5.25.1. Caberá a fiscalização do CONTRATANTE proceder à análise e parecer favorável ao pagamento;

5.25.2. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

5.26. A CONTRATANTE não realizará o pagamento, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

5.27. Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.





5.28. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

5.29. O pagamento será realizado em até 30 (trinta) dias corridos, a partir do recebimento definitivo da Nota Fiscal, devidamente atestada, obedecendo às condições previstas neste Termo, salvo se houver alguma pendência em relação às certidões negativas.

5.30. A CONTRATADA deverá encaminhar para o Fiscal do Contrato uma prévia do faturamento para conferência com 05 (cinco) dias de antecedência do prazo de emissão das notas fiscais.

5.31. A CONTRATANTE, observados os princípios do contraditório e da ampla defesa, poderá deduzir, cautelar ou definitivamente, do montante a pagar à CONTRATADA, os valores correspondentes a multas, ressarcimentos ou indenizações devidas pela CONTRATADA, nos termos deste contrato.

5.32. No caso de atraso de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, serão devidos pela CONTRATANTE encargos moratórios à taxa nominal de 6% a.a. (seis por cento ao ano), capitalizados diariamente em regime de juros simples.

5.33. O valor dos encargos será calculado pela fórmula: $EM = I \times N \times VP$, onde: EM = Encargos moratórios devidos; N = Números de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento; I = Índice de compensação financeira = 0,00016438; e VP = Valor da prestação em atraso.

5.33.1. A CONTRATANTE fica obrigada a efetuar as retenções na fonte do Imposto de Renda (IR) sobre os pagamentos que efetuarem a pessoas físicas e jurídicas pelo fornecimento de bens ou prestação de serviços em geral, inclusive obras.

5.34. A todas as partes, deverão ser observadas as disposições do Decreto Municipal nº 5.706/2023, da Lei Federal nº 9.430/1996, da Instrução Normativa da RFB nº 1.234/2012, da Instrução Normativa da RFB nº 2.145/2023, e eventuais posteriores alterações.

CLÁUSULA SEXTA – DA REVISÃO DOS PREÇOS, DO REAJUSTE OU REPACTUAÇÃO

6.1. Os preços poderão ser reajustados pelo IPCA - IBGE, desde que transcorridos 12 (doze) meses, com data-base vinculada à do orçamento estimado.

6.2. O índice de reajuste dos custos internos da CONTRATADA será o estabelecido pela Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais.

6.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

6.4. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

6.5. O reajuste será realizado por apostilamento.

6.6. A revisão dos preços é admitida em caráter excepcional, desde que ocorridos os requisitos constantes do art. 124 da Lei 14.133/21.

6.7. Para autorizar a revisão de preço, o desequilíbrio econômico-financeiro ocorrido deverá ser retardador ou impeditivo da execução do ajustado, o que ocorre quando a retribuição paga pelo Município não é suficiente para saldar a totalidade dos custos contratuais em virtude de ocorrência de fato excepcional.





6.8. O pedido de revisão de preços obriga o detalhamento e a avaliação de todos os preços do contrato, constantes da respectiva planilha de custos, mediante pesquisa e comprovação documental pela contratada, podendo importar em aumento ou redução do valor contratado, conforme as constatações de oscilações apuradas.

6.9. Enquanto eventuais solicitações de revisão de preços estiverem sendo analisadas, **a contratada não poderá suspender a prestação de serviços** e os pagamentos serão realizados aos preços vigentes.

6.10. O novo preço só terá validade a partir do parecer da autoridade competente e, para efeito de pagamento dos serviços por ventura prestados entre a data do pedido de adequação e a data do deferimento, retroagirá o preço à data do pedido de adequação formulado pela **CONTRATADA**, caso faça jus ao referido pleito.

6.11. Face ao disposto no artigo 125, da Lei nº 14.133/2021, as quantidades de que trata o anexo das planilhas de custos e quantitativos, poderão sofrer acréscimos ou supressões de até **25% (vinte e cinco por cento)** do valor inicial lícitado.

CLÁUSULA SÉTIMA - TRANSMISSÃO DE DOCUMENTOS

7.1. A troca eventual de documentos e cartas entre a **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA** será feita através de protocolo. Nenhuma outra forma será considerada como prova de entrega de documentos ou cartas.

CLÁUSULA OITAVA - ALTERAÇÃO

8.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

8.2. A **CONTRATADA** é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

8.3. As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do termo de contrato.

8.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

CLÁUSULA NONA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

9.1. São aplicáveis às sanções previstas no Título IV, capítulo I da Lei Federal n.º 14.133/2021 e demais normas pertinentes.

9.2. Na aplicação das sanções serão considerados: a natureza e a gravidade da infração cometida; as peculiaridades do caso concreto; as circunstâncias agravantes ou atenuantes; os danos que dela provierem para a Administração Pública; a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

9.3. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

9.3.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo Agente de Contratação durante o certame.

9.3.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

I- Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

II- Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;





III- Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do Edital;

IV- Deixar de apresentar documentação exigida.

9.3.2.1. Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou deixar de apresentar amostra;

9.3.2.2. Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

9.3.3. Não celebrar o contrato, não prestar garantia de execução contratual ou adicional ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta.

9.3.4. Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração.

9.3.5. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração ou informações falsas durante a licitação.

9.3.6. Fraudar a licitação.

9.3.7. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

I- Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

II- Induzir deliberadamente a erro no julgamento;

III- Apresentar amostra falsificada ou deteriorada.

9.3.8. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

9.3.9. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846/2013.

9.4. Com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021, a Administração poderá garantir a prévia defesa, aplicar ao licitante e/ou adjudicatário as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

I- Advertência;

II- Multa;

III- Impedimento de licitar e contratar;

IV- Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

9.5. Na aplicação das sanções serão considerados:

I- A natureza e a gravidade da infração cometida;

II- As peculiaridades do caso concreto;

III- As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

IV- Os danos que dela provierem para a Administração Pública;

V- A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

9.6. A multa será recolhida em percentual de 0,5% (cinco décimos por cento) a 30% (trinta por cento) incidente sobre o valor do contrato licitado.

9.7. Para as infrações previstas nos subitens 9.3.1 e 9.3.2 a multa será de 15% (quinze por cento) do valor do contrato licitado.





9.8. Para as infrações previstas nos subitens 9.3.2.1, 9.3.2.2, 9.3.3, 9.3.4 e 9.3.5, a multa será de 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado.

9.9. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

9.10. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

9.11. A sanção de impedimento de licitar e contratar serão aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos subitens 9.3.1 e 9.3.2, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, qual seja, Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

9.12. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos subitens 9.3.2.1, 9.3.2.2, 9.3.3, 9.3.4 e 9.3.5, bem como pelas infrações administrativas previstas nos subitens 9.3.1, 9.3.2 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no § 5º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133/2021.

9.13. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no subitem 9.3.1 e 9.3.2 caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

9.14. A apuração de responsabilidades relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

9.15. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados a partir da intimação da aplicação das penalidades de advertências, multa ou impedimento de licitar e contratar, sendo dirigido à autoridade que proferiu a decisão. Caso a autoridade recorra não reconsidere sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso, com sua motivação, à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da coleta dos autos, conforme disposto no art. 166 da Lei nº 14.133/2021.

9.16. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento, conforme estabelece o art. 167 da lei 14.133/2021.

9.17. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida, até que sobrevenha decisão final da autoridade competente, conforme previsto no art. 168 da Lei nº 14.133/2021.

9.18. A aplicação das sanções previstas em Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

9.19. A penalidade de ADVERTÊNCIA será aplicada em caso de infrações cometidas que prejudiquem a lisura do processo licitatório ou correspondam a pequenas irregularidades verificadas na execução do contrato, que venham ou não causar danos ao CONTRATANTE ou a terceiros. A CONTRATADA estará sujeita às seguintes multas.





9.19.1. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal: Advertência; Multa; Impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

9.19.2. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de idoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

9.19.3. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

9.19.4. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do §5º do art. 90 da Lei nº 14.133/2021.

9.19.5. A apuração de responsabilidade para a aplicação das sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo administrativo de responsabilização, conduzido por comissão composta por, no mínimo, 2 (dois) servidores estáveis. A comissão deverá avaliar os fatos e circunstâncias conhecidos e intimar o licitante ou adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir, em conformidade com o disposto no art. 158, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

9.19.6. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 05 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos, conforme estabelece art. 166 da lei 14.133/2021.

9.19.7. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação. O pedido será analisado pela autoridade competente, que deverá decidir no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados do seu recebimento, conforme disposto no art. 167 da Lei nº 14.133/2021.

9.19.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

9.19.9. As infrações ao disposto na Lei 14.133, serão punidas pelo órgão oficial fiscalizador com as seguintes penas, sem prejuízo das medidas judiciais adequadas e seus efeitos como de direito:

a) multa, nos casos de infração a qualquer dispositivo, a qual variará entre o valor da décima parte do salário mínimo vigente na região e o máximo correspondente a dez vezes o mesmo salário-mínimo;

b) e a infração for a do parágrafo único do art. 11 da Lei 14.133, serão multadas ambas as partes, à base de 10 (dez) a 50% (cinquenta por cento) sobre o valor do negócio publicitário realizado.

9.20. Multa por Atraso:

Em caso de descumprimento dos prazos estabelecidos para a execução dos serviços, a contratada ficará sujeita a uma multa diária de 1% (um por cento) do valor total do contrato, até o limite máximo de 10% (dez por cento) do valor contratual. A multa será calculada sobre o valor total do contrato e será cobrada a partir do primeiro dia de atraso.





9.21. Outras Penalidades:

Além das multas por atraso, a contratada poderá ser sujeita às seguintes sanções, conforme a gravidade da infração:

Advertência: A ser aplicada em casos de infrações leves ou pontuais, sem prejuízo ao andamento do contrato.

Suspensão Temporária: A contratada poderá ser suspensa de participar de futuras licitações ou contratações por até 2 (dois) anos, caso o descumprimento gere prejuízos substanciais à execução do contrato.

Rescisão Contratual: Em casos de descumprimento substancial das obrigações contratuais, a Administração poderá rescindir o contrato, além de aplicar as penalidades devidas.

9.22. Redução de Pagamento:

Caso a contratada não cumpra os termos acordados, a Administração poderá reduzir o pagamento proporcionalmente à falha ou atraso na execução dos serviços, até que o serviço seja devidamente executado ou regularizado.

9.23. Reparação de Danos:

A contratada será responsável por todos os danos causados à Administração em decorrência do não cumprimento das obrigações contratuais, incluindo custos adicionais gerados pela não execução conforme o estabelecido, e deverá indenizar a Administração por tais danos.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.





10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1. e 10.2.2. o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos aos percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I – A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direito, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento dos serviços, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II – Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III – que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

11. DA INEXECUÇÃO, EXTINÇÃO CONTRATUAL

11.1. A inexecução total ou parcial do contrato ensejará a sua extinção com as consequências contratuais e as previstas em lei, com fulcro no Título III, Capítulo VIII da Lei nº.14.133/2021, nos seguintes moldes:

a) Determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta;

b) Consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;

c) Determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

11.2. Constituirão motivos para extinção do contrato, a qual deverá ser formalmente motivada nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, as seguintes situações:

I - não cumprimento ou cumprimento irregular de normas editalícias ou de cláusulas contratuais, de especificações, de projetos ou de prazos;

II - desatendimento das determinações regulares emitidas pela autoridade designada para acompanhar e fiscalizar sua execução ou por autoridade superior;

III - alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que restrinja sua capacidade de concluir o contrato;

IV- decretação de falência ou de insolvência civil, dissolução da sociedade ou falecimento do contratado;



V - caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos da execução do contrato;

VI - razões de interesse público, justificadas pela autoridade máxima do órgão ou da entidade contratante;

VII - não cumprimento das obrigações relativas à reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz.

11.3. O descumprimento, por parte da CONTRATADA, de suas obrigações legais e/ou contratuais assegurará ao CONTRATANTE o direito de extinguir o contrato a qualquer tempo, independentemente de aviso, interpelação judicial e/ou extrajudicial.

11.4. A extinção por ato unilateral do CONTRATANTE sujeitará a CONTRATADA à multa rescisória de até 10% (dez por cento) sobre o valor do saldo do contrato existente na data da extinção, independentemente de outras penalidades.

11.5. Caso o valor do prejuízo do CONTRATANTE advindo da extinção contratual por culpa da CONTRATADA exceder o valor da Cláusula Penal prevista no parágrafo anterior, esta valerá como mínimo de indenização, na forma do disposto no art. 416, parágrafo único, do Código Civil.

11.6. A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.

11.7. O contrato pode ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

11.7.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a rescisão se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

11.7.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

11.8. O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido;

11.8.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

11.8.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

11.8.3. Indenizações e multas.

11.9. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

12.1. Acompanhar, fiscalizar, controlar e avaliar a entrega do objeto, através do Fiscal do Contrato;

12.2. A Prefeitura Municipal de Pouso Alegre/MG se obriga a efetuar os pagamentos devidos nas formas e condições ora estipuladas;

12.3. Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela contratada, bem como disponibilizar os documentos que se fizerem necessários a prestação dos serviços;





- 12.4. Zelar pela boa qualidade do fornecimento, receber, apurar e solucionar queixas e reclamações, quando for o caso;
- 12.5. Notificar a contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constantes no objeto, para serem corrigidos.
- 12.6. Recusar qualquer material que apresente incorreções de natureza construtiva e/ou de acabamento, ficando as correções à custa da CONTRATADA, inclusive material e horas de trabalho.
- 12.7. Notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na execução dos serviços, para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;
- 12.8. Rejeitar todo e qualquer material de má qualidade e em desconformidade com as especificações deste Termo e solicitadas.
- 12.9. Solicitar com um período de 15 dias de antecedência o qual campanha/material o MUNICÍPIO irá utilizar.
- 12.10. Atestar o recebimento do objeto contratado no documento fiscal correspondente.
- 12.11. Autorizar expressamente os serviços que estejam em conformidade com o solicitado, bem como, emitir orientação acerca da sua execução, ressalvadas solicitações verbais, determinadas pela urgência, as quais deverão ser confirmadas por escrito pelo CONTRATANTE, no prazo de três dias úteis;
- 12.12. Assegurar livre acesso das pessoas credenciadas pela CONTRATADA para execução dos serviços;
- 12.13. Empenhar os recursos necessários, garantido o pagamento das Notas Fiscais/Faturas em dia;
- 12.14. O MUNICÍPIO procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:
- a) Se e quando julgar conveniente, o MUNICÍPIO poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor, conforme artigo 23 e seguintes da Lei 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 13.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no Contrato:
- 13.2. Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 13.2.1. Realizar com seus próprios meios ou através da contratação de terceiros todos os serviços relativos ao objeto do CONTRATO, com estrita observância das especificações estabelecidas pelo CONTRATANTE;
- 13.3. Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante prévia comunicação ao MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE.
- 13.4. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.
- 13.5. O quadro de pessoal da CONTRATADA deverá ser suficiente para atendimento dos serviços contratados, sem interrupção, sob pena de aplicação das sanções cabíveis;





13.6. Executar todos os serviços de acordo com os prazos e as demais especificações estipuladas pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE, em consonância com a Agência ganhadora do processo.

13.7. A empresa vencedora deverá disponibilizar 01 (um) profissional responsável pelo setor de atendimento exclusivo para o Município de Pouso Alegre, que atuará de forma remota, podendo ser contatado por e-mail, telefone ou videoconferência. Sempre que solicitado formalmente pela Administração, este profissional deverá comparecer presencialmente à sede da Prefeitura de Pouso Alegre/MG no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas úteis, a fim de prestar esclarecimentos, participar de reuniões ou tratar de demandas específicas, conforme a necessidade do contratante.

13.8. A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação, desde que previamente cadastradas pelo contratante, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

13.9. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do município e implica a atuação da AGÊNCIA.

13.10. O MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE – MG deverá ser previamente notificado e apresentar autorização por escrito quanto a contratação de veículos de divulgação.

13.11. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE – MG.

13.12. A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

13.12.1. Deverá a Empresa apresentar relatório mensal à Prefeitura Municipal de Pouso Alegre, quanto ao repasse dos valores para os veículos ou fornecedores de serviços especializados, uma vez que o Município também precisa se manter ciente dos repasses.

13.13. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE - MG, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

13.14. As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao MUNICÍPIO, devendo a AGÊNCIA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

13.15. A responsabilidade do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA, que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

13.16. A Agência deverá manter atualizado o endereço do correio eletrônico;

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

17.18. Obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação, além de comprovar suas negociações.

13.19. Pertencem ao MUNICÍPIO, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA,





incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

13.20. A AGÊNCIA não poderá, de forma alguma, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre se conduzir na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

13.21. Os dados técnicos devem ser apresentados ao MUNICÍPIO, antes da contratação de qualquer veículo de comunicação.

13.22. Nos casos de reutilização de peças publicitárias do MUNICÍPIO, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

13.23. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, sigilo sobre informações e dados que lhe sejam fornecidos para dar execução aos serviços contratados;

13.24. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE, com exceção à compra de mídia:

a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

b) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no MUNICÍPIO ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

c) Na impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada ao MUNICÍPIO, por escrito, para decisão sobre a contratação.

13.25. Apresentar cotação em papel timbrado e que:

a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

13.26. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a AGÊNCIA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO.

13.27. Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pelo Município de Pouso Alegre-MG, sem ônus para este, cópias das peças publicitárias produzidas (TV, cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), exclusivamente para fins de controle e uso interno da Prefeitura, desde que não seja destinada a veiculação de mídia paga. Quaisquer cópias adicionais serão fornecidas mediante acordo prévio e custos acordados.





13.28. Os arquivos que contenham as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo MUNICÍPIO.

13.29. Disponibilizar ao MUNICÍPIO informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

13.30. Fornecer ao MUNICÍPIO cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE POUSO ALEGRE- MG.

13.31. Entregar ao MUNICÍPIO, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

13.32. Elaborar, sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

13.33. Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.

13.34. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

13.35. A AGÊNCIA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

13.36. Sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

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

13.38. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos serviços.

13.39. A AGÊNCIA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o MUNICÍPIO e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

13.40. Havendo condenação contra o MUNICÍPIO, a AGÊNCIA lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

13.41. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, além da disponibilização total do material quando solicitado para o MUNICÍPIO.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

14.1 O presente Termo de Contrato rege-se pelas disposições legais expressas abaixo:

14.1.1 Lei Federal 12.232, de 29 de abril de 2010;





14.1.2 Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965; Decreto Federal 57.690, de 1 de fevereiro de 1966, parcialmente modificado pelo Decreto Federal 4.563, de 31 de dezembro de 2002.

14.1.3 Código de Auto-regulamentação Publicitária, de 1978 e Normas Padrão da Atividade Publicitária - CENP;

14.1.4 Decretos municipais, e pelos preceitos de direito público, aplicando-se, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de direito privado e demais legislação municipal.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – LOCAL DE ENTREGA E/OU PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

11.1. Em caso de entrega de algum material, que complemente o objeto desta licitação, deverão ser entregues na SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO de Pouso Alegre – MG, situada à R. Carijós, 45 - Centro, Pouso Alegre - MG, 37550-050, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 17h00, sendo o frete por conta do fornecedor

11.2. Se houver mudança de local, o novo local para a realização da entrega dos itens solicitados será definido previamente pela requisitante, conforme disposto na Ordem de Serviços.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA FISCALIZAÇÃO

16.1. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos fiscais do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

16.2. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos seguintes fiscais:

Gestor do Contrato: Jaqueline Lima da Costa - Matrícula 19608-04

Suplente: Dejeane Mendes Faria de Toledo Santos - Matrícula 17303-07

Fiscal Administrativo: Bruna Shayane Iwata Pereira Bonafé - Matrícula – 23367-02

Suplente: João Pedro dos Santos Oliveira - Matrícula 24567-01

Fiscal Técnico: Rafael Lemes Paulino – Matrícula 24029-02

Suplente: Tales da Silva Souza - Matrícula: 23142-02

16.2.1. Os servidores possuem conhecimento administrativo suficiente do objeto do contrato e possuem aptidão para fiscalizar seu cumprimento, conforme disposto no art, 7º da lei.

16.2.2. A Secretaria de Comunicação Social, Lazer e Turismo, não possui em seu quadro a quantidade de servidores efetivos a fim de inseri-los na fiscalização dos contratos e atas.

16.3. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial (Lei nº 14.133/2021, art. 115, caput).

16.4. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do Contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila (Lei nº 14.133/2021, art. 115, §5º).

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

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





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

Fiscalização Técnica

16.8. O fiscal técnico titular e suplente do Contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI);

16.9. O fiscal técnico titular e suplente do Contrato anotarão no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º, e Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II);

16.10. Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico titular e suplente do Contrato emitirão notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III);

16.11. O fiscal técnico titular e suplente do Contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, IV).

16.12. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do Contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, V).

16.13. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva, à prorrogação contratual ou ao cancelamento da referida aquisição. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VII).

Fiscalização Administrativa

16.14. O fiscal administrativo do Contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário (Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022).

16.15. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do Contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV).

Gestor do Contrato

16.16. O gestor do contrato coordena a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).





16.17. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).

16.18. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).

16.19. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).

16.20. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).

16.21. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

17.1 PREÇO E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

17.1.1. Os preços correspondentes aos serviços contratados são os constantes da Proposta de Preço apresentada ou negociada com a CONTRATADA, na licitação que originou o Contrato.

17.1.2. Os serviços serão entregues na forma e prazos especificados nas respectivas Ordens de Serviço emitidas pela Secretaria de Comunicação Social Lazer e Turismo, que poderão variar conforme demanda.

17.1.3. Pela prestação dos serviços expressamente solicitados, aprovados e executados, a CONTRATADA e os veículos de comunicação receberão os valores constantes nos orçamentos específicos, apresentados para cada serviço.

17.1.4. No caso de criação ou produção, a Contratada deverá apresentar memorial descritivo da campanha de publicidade, contendo, no mínimo, os objetivos da campanha, as peças utilizadas e o resumo dos custos estimados.

17.1.5. Estando impossibilitada de cumprir os prazos, deverá adotar os seguintes procedimentos:

17.1.5.1. Enviar eletronicamente para o endereço slpmpa@pousoalegre.mg.gov.br o pedido de prorrogação de prazo até às 24 (vinte e quatro) horas da data-limite para a execução do serviço.

17.1.5.2. Caso o pedido não possa ser enviado eletronicamente por não cumprir os requisitos estabelecidos, deverá ser protocolado na R. dos Carijós, 45 - Centro, Pouso Alegre - MG, 37550-050, das 12 às 18 horas, respeitada a data limite para entrega do produto;

17.1.5.3. O pedido de prorrogação do prazo de entrega dos serviços deverá estar instruído com, no mínimo, as informações abaixo:

- a) Identificação do objeto e número do Contrato;
- b) Justificativa plausível quanto à necessidade da prorrogação;
- c) Documentação comprobatória; e





d) Indicação do novo prazo a ser cumprido.

17.1.6. O(s) pedido(s) de prorrogação de prazo, em conformidade com o disposto nos incisos anteriores, será(ão) apreciado(s) com base na justificativa apresentada, na documentação acostada e no interesse público envolvido, ficando a critério da Administração o seu deferimento.

17.1.7. A Prefeitura Municipal de Pouso Alegre não se obriga ao dispêndio dos valores reservados para o CONTRATO, a não ser o previsto pelo art. 125 da Lei 14.133/2021, somente efetuando os pagamentos e serviços devidamente contratados executados.

17.2 CUSTOS INTERNOS E HONORÁRIOS

10.2.1. O pagamento à Contratada das despesas resultantes da execução do Contrato será procedido de acordo com as Ordens de Serviço, após a entrega do material produzido ou veiculação da peça publicitária, condicionado à entrega dos seguintes documentos:

- Detalhamento discriminado que especifique com clareza o serviço autorizado, mencionando os respectivos números da licitação, do Contrato e da Autorização de Produção ou de Veiculação (esta para o caso de comissão de agência); e
- Detalhamento discriminado de serviços de terceiros, expedidas em nome do CONTRATANTE, através de planilha ou outro meio incluindo o valor do serviço de realizado;

10.2.2. Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos prestadores de serviços ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para o CONTRATANTE, observado o disposto no art. 15, parágrafo único da Lei n. 12.232/2010.

10.2.3. Não serão realizados pagamentos de despesas decorrentes da execução dos serviços através de descontos de duplicatas, factoring ou quaisquer outras espécies de antecipações de receita.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - CESSÃO DO CONTRATO E SUBCONTRATAÇÃO

18.1. A Contratada não poderá ceder o contrato, total ou parcialmente, a terceiros em nenhuma hipótese.

18.2. Não poderá, ainda, subcontratar, total ou parcialmente, o objeto central do contrato para os quais, como requisito de habilitação, foi exigida apresentação de atestados que comprovassem execução de serviço com características semelhantes. Para os demais serviços a subcontratação será admitida quando houver razões de ordem técnica que a justifique, mediante prévia aprovação do fiscal do contrato.

18.3. As subcontratações, caso autorizadas pelo Contratante, deverão se dar preferencialmente, junto às empresas que se enquadrem na condição de ME/EPP, conforme dispõe a Lei Complementar 123/2006 e o art. 4º da Lei nº 14.133/21.

18.4. Na ausência de empresas nessas condições - ME/EPP, a subcontratação poderá se dar de forma ampla.

CLÁUSULA DECIMA NONA – DA SUSPENSÃO/ PARALISAÇÃO DOS SERVIÇOS

19.1. A CONTRATANTE poderá, em qualquer momento, desde que com prévio aviso de 15 (quinze) dias, suspender temporariamente, no todo ou em parte, as obras e/ou serviços objeto deste contrato. Nesse caso, serão acordados novos prazos para a retomada dos serviços e estudadas as implicações decorrentes desta interrupção.

19.2. Se a suspensão/paralisação da prestação de serviços vier a impor-se como definitiva, incorrerá em rescisão contratual, nos termos da cláusula rescisória prevista no contrato.





CLÁUSULA VIGÉSIMA – DISPOSIÇÕES GERAIS

20.1 O presente contrato é regido pelas normas da Lei Federal n. 12.232/2010 e complementarmente pelas leis 14.133/21, 4.680/65, pelo Decreto Federal n. 57.590/66 e Decreto Federal n. 4563/2002.

20.2. Ana contagem dos prazos estabelecidos neste contrato excluir-se-ão o dia de início e incluir-se-á a do vencimento, prorrogando-se este, automaticamente, para o primeiro dia útil, se recair em dia sem expediente.

20.3. Ficam fazendo parte integrante deste contrato o Edital, seus Anexos e a Proposta de Preços da CONTRATADA, aos quais as partes estão vinculadas.

20.4. A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução deste contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DA REMUNERAÇÃO

21.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme abaixo:

- a) Honorários de% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) Honorários de% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários de% (..... por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
- d) Remuneração de% (.....por cento) sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que esses veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.
- e) Desconto a ser concedido à Prefeitura de sobre os custos internos, baseados na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.....% (..... por cento).

21.2. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

21.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Pouso Alegre, serão de responsabilidade da CONTRATADA.

21.4. A CONTRATADA fará jus a honorários equivalentes ao desconto padrão concedido pelos veículos de comunicação às agências, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, equivalente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação.

21.4.1. A CONTRATADA reverterá integralmente em favor do CONTRATANTE o percentual negociável do desconto-padrão de agência a ser aplicado sobre o investimento bruto do anunciante em mídia, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” (Anexo B e seu adendo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DESCONTO DE AGÊNCIA

22.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.

22.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da PREFEITURA, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

22.2 A CONTRATADA repassará à PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE – MG o valor correspondente ao percentual respectivo constante do Anexo “B” das Normas Padrão – CENP, Sistema Progressivo de





Serviços/Benefícios, instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão do CENP, incidente sobre o valor do faturamento bruto anual em mídia, conforme a tabela abaixo e o item 22.3 abaixo:

ANEXO "B"	
SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS	
Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária	
INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

22.3. ATENÇÃO: Repasse parcial do chamado desconto de agência é calculado conforme o Anexo B das Normas Padrão-CENP (CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO), ou seja, se a verba anual da publicidade for de até R\$2.500.000,00, nenhum repasse é concedido; se a verba estiver entre R\$2.500.001,00 a R\$7.500.000,00, o repasse é de 2% sobre o valor do investimento anual em mídia, ficando a agência com os restantes 18%; se a verba estiver entre R\$7.500.000,01 a R\$25.000.000,00, o repasse será de 3% sobre o valor do investimento anual em mídia, ficando a agência com os restantes 17% e se a verba for superior a vinte e cinco milhões, o repasse será de 5% sobre o valor do investimento anual em mídia, ficando a agência com os restantes 15%.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA - FORO

23.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Pouso Alegre, como competente para dirimir quaisquer questões oriundas do presente Termo de Contrato;

23.2. E por estarem justos e contratados, assinam o presente, por si e seus sucessores, em 03 (três) vias iguais e rubricadas para todos os fins de direito.

Pouso Alegre/MG, de xxxxxx de 2026.

CONTRATADA

CONTRATANTE





ANEXO X

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO NA LEI COMPLEMENTAR Nº 123/06
(Obrigatória para Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual)**

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 03/2026

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 42/2026

ÓRGÃO REQUISITANTE: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, LAZER E TURISMO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PRESTADO POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA ATENDER A PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALEGRE/MG.

A empresa [nome/Razão social], inscrita no CNPJ sob o n.º [xxxx], localizada [rua, cidade, Estado], neste ato representada pelo [cargo] [nome do representante legal], portador da Carteira de Identidade n.º [xxxx], inscrito no CPF sob o n.º [xxxx], DECLARA, sob as penalidades da lei, que se enquadra como [Microempresa, Empresa de Pequeno Porte ou Microempreendedor Individual], nos termos dos arts. 3º e art. 18-A, § 1º, da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006, estando apta a usufruir dos benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006.

Declaro, para fins da LC 123/2006 e suas alterações, sob as penalidades deste ser:

() MICROEMPRESA – Receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

() EMPRESA DE PEQUENO PORTE– Receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06. Declaro ainda que, no ano-calendário de realização da licitação, a empresa não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

() MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL – Empresário individual que se enquadra na definição do art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, ou o empreendedor que exerça as atividades de industrialização, comercialização e prestação de serviços no âmbito rural, que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), que seja optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar pela sistemática prevista neste artigo.

Declaro, ainda, não ter celebrado, no ano-calendário de realização da licitação, contratos com a Administração Pública (conforme art. 6º, inciso III, da Lei nº 14.133/2021) cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, devendo o órgão ou entidade exigir do licitante declaração de observância desse limite na licitação, conforme preconiza o art. 4º, § 2º, da Lei nº 14.133/2021.

Local e data.

Nome e Assinatura do Representante Legal

Observações:

- Esta declaração poderá ser preenchida somente pela licitante enquadrada como ME, EPP e MEI, nos termos da LC 123, de 14 de dezembro de 2006;
- A não apresentação desta declaração será interpretada como não enquadramento da licitante como ME, EPP e MEI, nos termos da LC nº 123/2006, ou a opção pela não utilização do direito de tratamento diferenciado.

