



SARANDI

GOVERNO MUNICIPAL

TERMO DE REFERÊNCIA

ANEXO III

OBJETO

Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

SUMÁRIO

1	CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO	3
	Objeto	3
	Materiais a serem disponibilizados	4
	Há legislação especial que deve ser considerada neste processo?	5
	Recebimento do objeto	5
	Garantia do objeto	5
2	FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO	6
3	DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO.....	6
4	REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO	6
	Sustentabilidade.....	6
5	MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO	7
	Procedimentos de transição e finalização do contrato	8
6	MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO.....	9
7	ASPECTOS CONTRATUAIS.....	10
	Condições pré-contratuais	10
	Garantia da contratação	10
	Subcontratação	10
	Vigência do contrato.....	11
	Reajuste	11
	Obrigações do Contratante	11
	Obrigações da Contratada	11
	Sanções administrativas.....	11
8	CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO	12
	Critérios de Medição.....	12
	Critérios de Pagamento	12
9	FORMAS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR	12



Metodologia	12
Classificação do Objeto	13
Da Participação.....	13
Tratamento diferenciado para MPE.....	14
Regime de execução	14
Forma de contratação	14
Exigências para Habilitação.....	15
Habilitação jurídica	15
Habilitação fiscal, social e trabalhista.....	15
Qualificação Econômico-Financeira	16
Qualificação Técnica	17
10 ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO	18
11 ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA	18
12 DISPOSIÇÕES FINAIS.....	19





1 CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

OBJETO

1.1 Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos, nos termos da(s) tabela(s) abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

ITEM	CÓD.	DESCRIÇÃO	QUANT.	UNID.	VALOR UNIT.	TOTAL
1	52465	CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	1	SERVIÇOS	R\$ 3.000.000,00	R\$ 3.000.000,00

Tabela 1

1.2 Para fins deste Termo de Referência a Prefeitura do Município de Sarandi/PR será, doravante, denominada “**PMS**” ou “Contratante”.

1.3 O objetivo da presente contratação é a obtenção dos **Serviços de Publicidade e Propaganda** para a **PMS** ao longo de toda a vigência contratual.

1.3.1 Consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto 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 atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promover e difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e informar o público em geral.

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

- I. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- II. ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da **PMS**;
- III. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.4.1 O planejamento, previsto como serviço complementar, tem como objetivo subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) quanto nos digitais (on-line), visando ao alcance dos objetivos de



comunicação e à superação dos desafios apresentados, devendo prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização dos resultados.

1.4.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.4 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Administração Municipal de Sarandi/PR, 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.

1.5 Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.5.1 Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículos de divulgação.

1.6 A Agência de Propaganda contratada atuará por ordem e conta da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, em conformidade com o Art. 3º da Lei Federal n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução dos Serviços Complementares e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.7 Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) Agência de Propaganda.

MATERIAIS A SEREM DISPONIBILIZADOS

1.8 Será de responsabilidade da Contratada, prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.





HÁ LEGISLAÇÃO ESPECIAL QUE DEVE SER CONSIDERADA NESTE PROCESSO?

1.9 Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 14.133/2021 e Lei nº 4.680/1965.

RECEBIMENTO DO OBJETO

1.10 O Recebimento do objeto seguirá, no que couber, o contido na Instrução Normativa nº 17/2023 – Controladoria Geral do Município de Sarandi.

1.11 Os serviços devem ser recebidos provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico, no prazo de 4 (quatro) dias.

1.12 Cabe ao fiscal do Contrato avaliar o caso concreto para o fim de fixar prazo para as correções.

1.13 Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 4 (quatro) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais. Na hipótese da referida verificação não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo.

1.14 O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do fornecimento do objeto ou do serviço, nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato, nos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato.

1.15 Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando estiverem em desacordo com as especificações constantes do termo de referência, da proposta ou do contrato, podendo ser fixado pelo fiscal do contrato, avaliado o caso concreto, um prazo para a substituição do bem, ou o refazimento do serviço, à custa do contratado, e sem prejuízo da aplicação das penalidades.

GARANTIA DO OBJETO

1.16 O prazo de garantia é aquele estabelecido na [Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990](#) (Código de Defesa do Consumidor).





2 FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

2.1 A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares.

2.2 Até o presente momento, este Município não possui Plano de Contratações Anual – PCA.

3 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1 A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico do Estudo Técnico Preliminar.

4 REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1 Os serviços objeto desta Concorrência, deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n. 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

4.1.1 O certificado de qualificação técnica de que trata o artigo 4º e seu parágrafo 1º, da lei 12.232/2010 deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

SUSTENTABILIDADE

4.2 Sempre que possível, deverá utilizar materiais recicláveis e proveniente de materiais reciclados e biodegradáveis.

4.3 A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da lei 14.133/21.

4.4 A Contratada deverá ainda, respeitar as Normas Brasileiras (NBR) publicadas pela ABNT sobre resíduos sólidos, sempre que aplicável.





5 MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1 A agência será responsável pela criação de conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeo, alinhados com as diretrizes da PMS. Essa criação englobará a concepção das peças publicitárias e a realização de todas as etapas para o desenvolvimento das campanhas, supervisionando atividades internas e intermediando com fornecedores externos, tais como produtoras de vídeo, som, gráficas, digitais e outras, para garantir qualidade e conformidade das entregas com as especificações exigidas.

5.2 Na execução das campanhas, a agência atuará na intermediação com veículos de mídia, como televisão, rádio, jornais, redes sociais e mídias alternativas, selecionando os mais adequados para cada campanha e monitorando a veiculação para assegurar o alcance do público-alvo. Esse acompanhamento permitirá ajustes em tempo real, garantindo a eficácia na transmissão das mensagens.

5.3 Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta.

5.4 A cada ação publicitária a ser realizada, a Contratante encaminhará previamente um briefing específico com as informações para análise e elaboração do plano de execução pela Contratada.

5.5 A execução do contrato será realizada em etapas sequenciais, assim distribuídas:

- a) Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da **PMS**, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação;
- b) Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;
- c) Criação das peças publicitárias, com definição, pela Contratada, dos respectivos prazos para execução;
- d) Apresentadas as peças publicitárias e os prazos propostos para execução, a **PMS** deverá manifestar-se, por escrito, quanto à aprovação ou à necessidade de ajustes, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis;
 - i. Poderá haver prazo de reajuste diferenciado, a depender da complexidade, se autorizado formalmente pela **PMS**.
- e) Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela **PMS**;
- f) Acompanhamento da campanha pela contratada, que apresentará relatórios à **PMS** sobre a divulgação da campanha;
- g) Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias.



- i. Poderá a contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.

5.6 **PMS** e Contratada procurarão realizar reuniões periódicas para acompanhar a execução dos trabalhos e alinhamento de estratégias.

5.6.1 Essas reuniões poderão ser presenciais ou de forma digital.

5.6.1.1 Em relação à seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as disposições do artigo 14 e parágrafo 1º. da lei 12.232/2010, com a obtenção, pela contratada, de no mínimo três orçamentos de empresas previamente cadastradas na Contratante, de igual nível técnico, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

5.6.2 Os custos e despesas de produção e veiculação apresentadas à **PMS** para pagamento, de serviços próprios ou terceiros, deverão ser acompanhados dos orçamentos, da demonstração do valor devido ao fornecedor ou veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, sempre que possível, conforme o Art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.6.2.1 Pertencem à **PMS** as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

5.6.3 As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados, conforme Art. 16 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.6.4 Os serviços e bens deverão ser entregues nas condições e exigências previstas neste termo. Caso não seja possível a entrega no prazo estipulado, a empresa deverá comunicar as razões respectivas com pelo menos 5 (cinco) dias úteis de antecedência para que qualquer pleito de prorrogação do prazo seja analisado, ressalvadas situações de caso fortuito ou força maior.

PROCEDIMENTOS DE TRANSIÇÃO E FINALIZAÇÃO DO CONTRATO

5.7 A Contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, conforme Art. 17 da Lei Federal nº 12.232/2010.





6 MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

6.1 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.

6.2 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.

6.3 A responsabilidade pelo acompanhamento, fiscalização e gestão da execução do objeto contratual caberá ao Gabinete do Prefeito, que deverá adotar as providências necessárias para assegurar o fiel cumprimento das obrigações assumidas pela Contratada.

6.4 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.

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

6.6 A gestão e fiscalização do instrumento contratual seguirá, no que couber, o contido na [Instrução Normativa nº 17/2023 – Controladoria Geral do Município de Sarandi](#).

6.7 No quadro abaixo são os indicados para gestão e fiscalização do instrumento contratual:

	Nome	Matrícula
Gestor:	Cristovão de Faria	10561
Gestor:	Carmeluci Marinho Santana	8171
Fiscal:	Arthur Hosner Borges Nadaluti	10551
Fiscal:	Frank Anderson Luvizeto	10538



7 ASPECTOS CONTRATUAIS

CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

7.1 Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos, bem como os elementos apresentados pelas respectivas Licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

7.2 Não haverá exigência da garantia da contratação dos art. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, visando reduzir os custos operacionais e burocráticos das agências e ampliando a competitividade do certame. Isso atrai um maior número de participantes qualificados e garante propostas mais inovadoras para a campanha. Em mesma toada, por se tratar de uma contratação de serviços predominantemente intelectuais e criativos, entende-se que o risco de inadimplência inicial é baixo, descaracterizando a necessidade supracitada.

SUBCONTRATAÇÃO

7.3 Não será permitida a subcontratação do objeto deste Termo de Referência.

7.3.1 Destaca-se que a contratação de serviços complementares, a veiculação e a distribuição de mídia junto a terceiros não configuram subcontratação, mas sim intermediação técnica, cujas aquisições e reservas são formalizadas pela Contratada em benefício e no interesse da **PMS**.

Justificativa:

A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais exigem execução centralizada e coordenação contínua por parte da agência contratada, conforme a sistemática estabelecida pela Lei Federal nº 12.232/2010. Trata-se de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, supervisão e distribuição de ações publicitárias de forma interdependente, de modo que a fragmentação da execução poderia comprometer a unidade técnica, a coerência das campanhas e a padronização da comunicação institucional.

Além disso, a subcontratação ampliada dificultaria a fiscalização contratual pela Administração, enfraqueceria a rastreabilidade dos serviços executados e poderia gerar riscos à eficiência e ao controle dos gastos públicos, razão pela qual se mostra mais adequada a execução direta e integral do objeto pela agência contratada, garantindo maior governança, responsabilidade e aderência ao interesse público.



VIGÊNCIA DO CONTRATO

7.4 O prazo de vigência da contratação é de **12 (doze) meses**, contados da publicação do contrato no Portal Nacional de Contratação Públicas (PNCP), prorrogável por até 10 (dez) anos, com fulcro no Art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.5 O contrato ou instrumento hábil que o substitui oferecerá maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

REAJUSTE

7.6 Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data da assinatura do Contrato.

7.7 Em caso de reajuste de preços dos serviços executados diretamente pela Contratada (honorários e serviços internos), aplicar-se-á o Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC.

OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

7.8 Além das obrigações constantes neste Termo, as obrigações do Contratante são aquelas apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.9 Além das obrigações constantes neste Termo, as obrigações da Contratada são aquelas apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

7.10 As sanções administrativas são aquelas apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.



8 CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO

8.1 Os critérios de medição e de pagamento serão estabelecidos de forma clara e objetiva, visando garantir que a execução do contrato seja realizada conforme as condições acordadas e os resultados esperados.

8.2 A medição da execução dos serviços será realizada com base nas entregas de campanhas publicitárias, sejam elas de mídia eletrônica, digital, impressas ou outros formatos acordados.

8.3 O cumprimento dos prazos será monitorado de acordo com o cronograma estabelecido no contrato. Caso haja atrasos ou descumprimentos, deverá ser realizada análise para adotar medidas corretivas necessárias, se for o caso.

8.4 O recebimento e a aceitação deste objeto obedecerão ao disposto no art. 140 da [Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021](#), no que lhes for aplicável, conforme previsto no tópico “[Recebimento do Objeto](#)” deste termo.

CRITÉRIOS DE PAGAMENTO

8.5 Para remuneração da agência são adotadas as disposições do art. 11 da Lei. nº 4.680/65, art. 11 do Decreto nº 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto nº 4563/2002.

8.6 Demais condições para liquidação e pagamento são as apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.

9 FORMAS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

METODOLOGIA

9.1 O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento e adjudicação por MELHOR TÉCNICA E PREÇO.



CLASSIFICAÇÃO DO OBJETO

9.2 O serviço almejado nesta contratação enquadra-se como serviço especial.

Justificativa:

Nos termos do art. 6º, inciso XIV, da Lei Federal nº 14.133/2021, consideram-se bens e serviços especiais aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do mesmo artigo, sendo exigida justificativa prévia do contratante.

O serviço almejado nesta contratação enquadra-se como serviço especial, por envolver atividades intelectuais, técnicas, criativas e estratégicas, relacionadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias.

Em razão de sua natureza heterogênea e complexa, o objeto não se limita a padrões usuais de mercado que permitam sua adequada definição como serviço comum, exigindo análise qualitativa das propostas, especialmente quanto à estratégia de comunicação, capacidade criativa, adequação técnica das soluções apresentadas e compatibilidade com os objetivos institucionais da Administração.

Assim, o enquadramento como serviço especial mostra-se adequado e justificado, sem prejuízo da previsão, no edital, de critérios objetivos para avaliação das propostas, julgamento, habilitação e execução contratual.

DA PARTICIPAÇÃO

9.3 Nesta licitação será vedada a participação de:

- ✓ Empresas reunidas em consórcio;
- ✓ Pessoa física;
- ✓ Cooperativas.

Justificativa vedação Pessoa Física:

Considerando a natureza específica do objeto, a contratação deverá restringir-se à participação de pessoas jurídicas caracterizadas como agências de propaganda, nos termos da legislação aplicável. Isso porque o art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece que os serviços de publicidade previstos na referida norma serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

No mesmo sentido, o Decreto Federal nº 57.690/1966 conceitua agência de propaganda como pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica de publicitários, razão pela qual não se mostra compatível com o objeto a participação de pessoa física.

Justificativa vedação à participação em consórcio:

Também fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio, nos termos do art. 15 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante a presente justificativa técnica.

A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais demandam atuação direta, contínua e centralizada da agência responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias.

A participação em consórcio poderia gerar maior complexidade na definição de responsabilidades, no controle técnico das campanhas, na fiscalização da execução contratual e nos procedimentos administrativos e financeiros, especialmente quanto à apuração de responsabilidades e aos pagamentos.

Considerando que o objeto não apresenta complexidade ou dimensão que exija a reunião de empresas para viabilizar sua execução, a vedação mostra-se adequada, proporcional e compatível com os princípios da eficiência, economicidade e segurança jurídica.

**Justificativa vedação à participação de cooperativas:**

Nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade previstos na referida norma devem ser contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

Embora o art. 16 da Lei Federal nº 14.133/2021 admita a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa em licitações, tal possibilidade está condicionada à compatibilidade entre o objeto licitado e a organização cooperativa. No presente caso, o objeto demanda atuação estruturada, integrada e centralizada de agência de propaganda, responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, nos termos da legislação específica aplicável.

Assim, considerando que a contratação tem por objeto serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra compatível a participação de cooperativas ou profissionais organizados sob a forma de cooperativa, por não atenderem à configuração jurídica e técnica exigida pela Lei Federal nº 12.232/2010

TRATAMENTO DIFERENCIADO PARA MPE

9.4 Não haverá a realização deste processo exclusivamente para participação de empresas de pequeno porte especificado no inciso I e estabelecimento da divisão em cotas especificado no inciso III, ambos do do art. n.º 48 da Lei Complementar n.º 123/06.

Justificativa:

No que se refere ao tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte, não será adotada licitação exclusiva, uma vez que o valor estimado da contratação supera o limite previsto no art. 48, inciso I, da Lei Complementar nº 123/2006. Ressalta-se que tal disposição não impede a participação de microempresas e empresas de pequeno porte no certame, mas apenas afasta a obrigatoriedade de realização de procedimento exclusivo.

Do mesmo modo, não se aplica a reserva de cota prevista no art. 48, inciso III, da Lei Complementar nº 123/2006, por se tratar de contratação de serviço de publicidade prestado por intermédio de agência de propaganda, objeto de natureza integrada, técnica, intelectual e executado sob demanda, e não de aquisição de bens de natureza divisível.

REGIME DE EXECUÇÃO

9.5 Os produtos e serviços constantes deste Termo de Referência serão executados e entregues na forma de execução indireta.

FORMA DE CONTRATAÇÃO

9.6 A contratação se dará na forma de:

- Sistema Registro de Preços.
- Contrato.





EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

9.7 Para fins de habilitação, deverá o interessado comprovar os seguintes requisitos:

Habilitação jurídica

9.7.1 Para fins de HABILITAÇÃO JURÍDICA, deverá o interessado apresentar, conforme o caso, os seguintes documentos:

- I. empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;
- II. microempreendedor Individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;
- III. sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada – EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;
- IV. sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020;
- V. sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

9.7.2 Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação fiscal, social e trabalhista

9.7.3 Para fins de HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA, deverá a Licitante apresentar, conforme o caso, os seguintes documentos:

- I. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;
- II. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União





(DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;

- III. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- IV. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;
- V. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Municipal ou Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- VI. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre.
 - a. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

9.7.4 O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

9.7.5 Para fins de QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA, deverá a Licitante apresentar, conforme o caso, os seguintes documentos:

- I. certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;
- II. balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, comprovando, índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um), obtidos por meio da aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$





$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

9.7.6 Caso a empresa interessada apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da contratação.

9.7.7 Os indicadores fixados acima deverão ser atingidos em cada um dos dois últimos exercícios sociais, sob pena de inabilitação.

9.7.8 Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos;

9.7.9 Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital – ECD ao Sped.

9.7.10 As empresas criadas no exercício financeiro da licitação/contratação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

9.7.11 O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

Justificativa para exigência de qualificação econômico-financeira (art. 18, IX da L14133/21):

A exigência de comprovação da capacidade econômico-financeira justifica-se pela necessidade de verificar se o licitante possui condições adequadas para firmar com esta Administração Municipal, o Contrato, assegurando a execução regular e sustentável das futuras contratações dela decorrentes.

Qualificação Técnica

9.7.12 Para fins de QUALIFICAÇÃO TÉCNICA, deverá a Licitante apresentar o seguinte documento:

- I. Comprovação de aptidão para execução de serviços similares, de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior à do objeto desta contratação, por meio da apresentação de certidões ou atestados emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou pelo conselho profissional competente.



- a. Para fins de comprovação de que trata o inciso acima, o atestado deverá dizer a respeito a contratos executados de Serviços de Publicidade e Propaganda, de no mínimo 10% do valor total do Edital.
 - b. Serão admitidos, para fins de comprovação do valor mínimo exigido, a apresentação e o somatório de diferentes atestados relativos a contratos executados de forma concomitante.
 - c. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.
- II. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- a. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
 - b. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

Justificativa para exigência de Qualificação Técnica (art. 18, IX da L14133/21):

A exigência supramencionada visa o atendimento da Lei Federal nº 12.232/2010 e pela necessidade de comprovar que a agência possui aptidão prática e experiência operacional em campanhas de complexidade equivalente, mitigando os riscos de inexecução do objeto e garantindo a eficiência da comunicação pública.

10 ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1 A **PMS** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

10.2 O valor da contratação decorrente deste processo está estimado em R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), pelos 12 (doze) meses de vigência, conforme justificativa apresentada no Estudo Técnico Preliminar, parte integrante deste processo.

11 ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1 Previsão orçamentária para contratação, conforme Solicitação de Despesa n.º 6829/2026.

11.2 A Rubrica orçamentária para contratação estará na Solicitação de Despesa parte deste processo.





11.3 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento do Município.

11.3.1 Os recursos são de Transferências Voluntárias Federal para o Município? Não.

11.4 A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

12 DISPOSIÇÕES FINAIS

12.1 As informações contidas neste Termo de Referência não são classificadas como sigilosas