

ANEXO I

CONCORRÊNCIA N.

001/2024

Secretaria: **Secretaria Municipal de Governo**

Local: **Gerência de Comunicação e Marketing**

1 OBJETO

1.1 Objeto

Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade à Prefeitura Municipal de Extrema.

1.2 Natureza do objeto:

Serviços de Publicidade e Propaganda

2. QUANTITATIVO E DESCRITIVO COMPLETO

A contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 01 (uma) agência de publicidade, compreendendo 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 supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de informar o público de interesse.

3. ENQUADRAMENTO:

3.1 Bem e serviço comum

3.2 O objeto da contratação se enquadra como bem e serviço comum, de natureza continuada, nos termos do Decreto Municipal n.º 4.441 de 21 de março de 2023 cuja ementa “**Regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal direta, autárquica e fundacional, do Município de Extrema, a Lei Federal nº. 14.133, de 01/04/2021, que ‘Estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios’, e dá outras providências**” e suas posteriores alterações.

4. PRAZO DA CONTRATAÇÃO

5 (cinco) / 60 (sessenta) meses

5. POSSIBILIDADE DE PRORROGAÇÃO

Aplicação da legislação vigente enquadrado em bem e serviços comum, de natureza contínua e permanentes, havendo possibilidade de prorrogação por igual período ao prazo de contratação. 5 (cinco) anos prorrogados por igual período de 5 (cinco) anos.

6. DO REAJUSTE

O Contrato Administrativo será reajustado após o período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do Contrato, aplicando o índice IPCA/IBGE ou outro que venha a substituí-lo.

7. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

O presente procedimento licitatório tem embasamento na Lei Federal n.º 12.232 de 29 de abril de 2010 que “*Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências*”.

O objeto em questão possui legislação própria, ao qual deve ser cumulativamente aplicado o teor da Lei Federal n.º 14.133 de 1º de abril de 2021 cuja ementa “Lei de Licitações e Contratos”.

O objeto encontra-se previsto no Plano Anual de Contratação (PAC) e vinculado ao Estudo Técnico Preliminar (ETP).

Destaca-se ainda que o processo em vigência, encontra-se próximo de seu término, e salvo regra de exceção previsto na Lei Federal n.º 8.666/93, não há possibilidade jurídica de aditamento de vigência de prazo, vez que este, já fora prorrogado por até 48 (quarenta e oito) meses.

A Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda se faz necessário para divulgação dos serviços, ações, projetos e programas ofertados pela Administração Municipal.

8. DESCRIÇÃO DETALHADA DA SOLUÇÃO

8.1 Descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso, acompanhada das justificativas técnica e econômica da escolha do tipo de solução.

8.2 Ciclo de vida do objeto: Nos termos do art. 17 do do Decreto Municipal n.º 4.441 de 21 de março de 2023 cuja ementa **“Regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal direta, autárquica e fundacional, do Município de Extrema, a Lei Federal nº. 14.133, de 01/04/2021, que ‘Estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios’, e dá outras providências”** e suas posteriores alterações.

Em se tratando de bens e serviços de consumo, a sua vida útil esgota-se por sua utilização, cabendo somente a mensuração no tocante aos impactos ambientais, nos termos do Estudo Técnico Preliminar.

8.3 Indicação de marca:

Não Se Aplica

8.4 Da exigência de amostras/propostas:

As propostas deverão seguir o rito previsto na Lei Federal 14.133/2010, seguindo o briefing constante no anexo II deste Termo de Referência.

I - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

II - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III do Artigo 6º da Lei Federal 12.232/2010 deverá ser apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

III - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

IV - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

V – Os critérios para análise das propostas serão os seguintes, sendo, a saber:

Para o Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada a apresentação será exigida como:

- a) Papel sulfite branco A4, com gramatura 75g a 90g, orientação retrato;
- b) Espaçamentos 2,5cm nas margens;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- g) Numeração em todas as páginas pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) Capa e contracapa em papel A4 branco, ambas em branco;
- j) Sem identificação da licitante.

Os demais documentos apresentados nesta licitação deverão ser entregues em papel sulfite branco A4, com gramatura 75g a 90g, em caderno espiral ou grampo. Deverão vir sem encadernações/caixas/pastas.

Os exemplos de peças e ou material da ideia criativa devem ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se às dimensões do invólucro fornecido.

A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme tabela abaixo, ao qual compreenderá:

Letra	Critério de Avaliação	Pontuação Máxima
a) percentual de desconto, não inferior a 60%, sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.	<ul style="list-style-type: none"> - Desconto de 60% = 10 (dez) pontos; - Desconto de 61 a 80% = 20 (vinte) pontos; - Desconto de 81 a 90% = 40 (quarenta) pontos; - Desconto de 91 a 99% = 65 (sessenta e cinco) pontos; 	65
b) percentual de honorários incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente a supervisão do mesmo, estabelecendo-se como limite o máximo de 10% (dez por cento);	<ul style="list-style-type: none"> - Desconto de 10% = 5 (cinco) pontos (honorários equivalentes a 9%); - Desconto de 20% = 10 pontos (honorários equivalentes a 8%); 	15

	- Desconto de 30% = 15 pontos (honorários equivalentes a 7%);	
--	---	--

9. FORMA E CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

9.1 Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

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

As propostas técnicas serão analisadas e julgadas pela subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação nos termos do Art. 10 da Lei Federal 12.232/2010.

As interessadas em participar do certame licitatório deverão seguir o rito determinado na Lei Federal n.º 12.232/2010, sendo a saber:

- ✓ A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing (anexo II), e de um conjunto de informações referentes ao proponente;
- ✓ O plano de comunicação publicitária previsto na Lei Federal 12.232/2010 deverá ser apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;
- ✓ A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;



No que se refere ao Plano de Comunicação, este deverá conter os seguintes quesitos:

- ✓ Raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
- ✓ Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;
- ✓ Ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;
- ✓ Estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária constante no anexo II (briefing) e de acordo com a verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

A cada quesito será atribuída pontuação de forma a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Serão levados em conta pela SUBCOMISSÃO COMISSÃO, sendo justificado cada ponto atribuído, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito:

Capacidade de Atendimento:

- a) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, às necessidades da Prefeitura Municipal de Extrema;
- b) As informações e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Extrema, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- c) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Extrema e a licitante, esquematizado na Proposta, levando-se em conta que o Município exigirá a presença de 02 (dois) funcionários da licitante nos horários de funcionamento da Prefeitura Municipal de Extrema, afim de possibilitar acompanhamento integral das ações de planejamento, orçamento, criação, execução e levantamento de resultados, bem como, as ações pertinentes aos processos financeiros.

Repertório:

- a) A ideia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição;
- c) A qualidade da execução e do acabamento.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:



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

Plano de Comunicação

Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) Das características da Prefeitura Municipal de Extrema e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Extrema com seus públicos;
- c) Do papel da Prefeitura Municipal de Extrema no atual contexto social, político e econômico;
- d) Do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema.

Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) A adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza e qualificação da Prefeitura Municipal de Extrema e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema com seus públicos.

Ideia Criativa:

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Extrema e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

Estratégia de Mídia:

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema.

A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 80 (setenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:



Plano de Comunicação Publicitária – nota máxima = 50 pontos.

Raciocínio Básico – nota máxima = 08 pontos.

- a) Das características da Prefeitura Municipal de Extrema e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Extrema com seus públicos;
- c) Do papel da Prefeitura Municipal de Extrema no atual contexto social, político e econômico;
- d) Do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema.

Estratégia de Comunicação Publicitária – nota máxima = 21 pontos, sendo no máximo 07 (sete) pontos para cada item:

- a) A adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza e qualificação da Prefeitura Municipal de Extrema e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema com seus públicos.

Ideia Criativa – nota máxima = 16 pontos, sendo no máximo 02 (dois) pontos para cada item.

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Extrema e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos

Estratégia de Mídia e Não Mídia – nota máxima = 5 pontos, sendo no máximo 01 (um) pontos para cada item.

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de Extrema.

Capacidade de Atendimento – nota máxima = 12 pontos, sendo no máximo, 4 pontos para cada item;

a) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, às necessidades da Prefeitura Municipal de Extrema;

b) As informações e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Extrema, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;

c) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Extrema e a licitante, esquematizado na Proposta, levando-se em conta que o Município exigirá a presença de 02 (dois) funcionários da licitante nos horários de funcionamento da Prefeitura Municipal de Extrema, afim de possibilitar acompanhamento integral das ações de planejamento, orçamento, criação, execução e levantamento de resultados, bem como, as ações pertinentes aos processos financeiros.

Repertório da Licitante: análise da qualidade técnica, criatividade e pertinência da solução criativa do repertório apresentado – nota máxima = 12 pontos, sendo, no máximo 4 pontos para cada item;

a) A ideia criativa e sua pertinência;

b) A clareza da exposição;

c) A qualidade da execução e do acabamento

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – nota máxima = 06

Pontos, sendo no máximo, 1,5 pontos para cada item;

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

A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica responsável pela análise técnica e será calculada com 01 (uma) casa decimal após a vírgula.

Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos e as demais serão classificadas por ordem decrescente.

10. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

10.1 Obrigações da Contratada

10.2 Proceder ao fornecimento do material e ou equipamento e ou execução dos serviços, dentro das condições, prazos e preços ajustados na proposta;

10.3 Prestar esclarecimentos que forem solicitados pelo setor de compras, cujas reclamações se obriga a atender prontamente;

10.4 Não transferir a terceiros, quer total ou parcialmente, o objeto a ser contratado, sem a devida anuência da Prefeitura Municipal de Extrema/MG.;

10.5 Arcar com todas as despesas diretas e indiretas, decorrentes as obrigações assumidas sem qualquer ônus para a Prefeitura Municipal de Extrema/MG.;

10.6 Responsabilizar-se pelos danos causados diretamente à administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo da entrega dos materiais/ equipamentos ou execução dos serviços;

10.7 Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pela a Prefeitura Municipal de Extrema sobre os materiais/ equipamentos ofertados; ou serviços executados.

10.8 Manter, durante toda execução do presente contrato, todas as condições de habilitação exigidas no processo licitatório;

10.9 Atender a todas as despesas e encargos de qualquer natureza com pessoal de sua contratação, necessários à execução do contrato, inclusive os encargos de natureza trabalhista, previdenciário, fiscal, de acidentes de trabalho e outros semelhantes, relativos à execução do objeto do contrato;

10.10 Operar como uma organização completa, independente e sem vínculos com o **contratante**, fornecendo produtos e serviços de comprovada qualidade, sem ônus adicionais para o **contratante**;

10.11 Não subempreitar o contrato a terceiros, sem prévia comunicação e/ou autorização do **município**;

10.12 Proceder ao fornecimento do material e ou equipamento e ou execução dos serviços, dentro das condições, prazos e preços ajustados na proposta;

10.13 Prestar esclarecimentos que forem solicitados pelo setor de compras, cujas reclamações se obriga a atender prontamente;

10.14 Não transferir a terceiros, quer total ou parcialmente, o objeto a ser contratado, sem a devida anuência da Prefeitura Municipal de Extrema/MG.;

10.15 Arcar com todas as despesas diretas e indiretas, decorrentes as obrigações assumidas sem qualquer ônus para a Prefeitura Municipal de Extrema/MG;

10.16 Responsabilizar-se pelos danos causados diretamente à administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo da entrega dos materiais/ equipamentos ou execução dos serviços;

10.17 Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pela a Prefeitura Municipal de Extrema sobre os materiais/equipamentos ofertados; ou serviços executados.

10.18 Manter, durante toda execução do presente contrato, todas as condições de habilitação exigidas no processo licitatório;

10.19 Atender a todas as despesas e encargos de qualquer natureza com pessoal de sua contratação, necessários à execução do contrato, inclusive os encargos de natureza trabalhista, previdenciário, fiscal, de acidentes de trabalho e outros semelhantes, relativos à execução do objeto do contrato;

10.20 Operar como uma organização completa, independente e sem vínculos com o CONTRATANTE, fornecendo produtos e serviços de comprovada qualidade, sem ônus adicionais para o CONTRATANTE;

10.21 Não subempreitar o contrato a terceiros, sem prévia comunicação e/ou autorização do MUNICÍPIO;

10.22 Realizar a retirada e devolução dos móveis que serão revitalizados sem custo para a Prefeitura Municipal de Extrema.

10.23 Do transporte e local de entrega ou execução dos serviços

10.24 Das despesas com traslado, hospedagem e refeições do prestador de serviços e seus prepostos.

11. GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

11.1 Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021 <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14133.htm>, pelas razões constantes do Estudo Técnico Preliminar.

12. SUSTENTABILIDADE DO OBJETO

12.1 Descreva os critérios de sustentabilidade que devem ser atendidos. Use o Guia Nacional de Sustentabilidade (https://www.gov.br/agu/pt-br/composicao/cgu/cgu/guias/gncs_082022.pdf); consulte a legislação Municipal relativa ao Meio Ambiente.

O presente objeto busca minimizar questões de impacto ambientais, uma vez que o comportamento atual da sociedade tem mudado. Observa-se que em épocas anteriores havia alta demanda por publicidade impressa como flyers, folders, cartazes e afins, sendo que hoje, o atingimento do público nas campanhas e eventos realizados pela Prefeitura Municipal de Extrema tem sido atingido por meio de mídias digitais como facebook, whatsapp, instagram, e sítios eletrônicos disponíveis na internet. A demanda por materiais impressos tem sido cada vez menor, e vislumbra-se ainda que num futuro próximo deixará inclusive de existir.

Destaca-se ainda que a Contratação de Agência de Publicidade possui dentro de seus escopo serviços de natureza intelectual e intangíveis, com artes confeccionadas com reaproveitamento de materiais.

Destaca-se ainda que em regra geral, banners, lonas e faixas tem sido adquirido por meio de certames licitatórios específicos e portanto não se encontram enquadrados dentro do referido procedimento licitatório *in casu*.

13. OBRIGAÇÃO DA CONTRATANTE

13.1 Gerenciar o presente CONTRATO, indicando, sempre que solicitado, os nomes dos fornecedores, os preços, os quantitativos disponíveis e as especificações dos materiais e/ou equipamentos fornecidos, observada à ordem de classificação indicada na licitação;

13.2 Convocar os particulares via, telefone ou e-mail, para assinatura do Contrato de Fornecimento e retirada da nota de empenho;

13.3 Observar para que, durante a vigência do presente Contrato, sejam mantidas todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, bem assim, a compatibilidade com as obrigações assumidas, inclusive com solicitação de novas certidões ou documentos vencidos;

13.4 Conduzir eventuais procedimentos administrativos de renegociação de preços contratados, para fins de adequação às novas condições de mercado, e de aplicação de penalidades;

13.5 Realizar, quando necessário, prévia reunião com os licitantes objetivando a familiarização das peculiaridades do pregão presencial;

13.6 Orientar o fornecedor para que os pagamentos e os documentos de cobrança não sofram Atrasos;

13.7 Notificar, por escrito, o fornecedor, fixando-lhe prazos para corrigir eventuais irregularidades, encontradas na execução do contrato, bem como, quando de multa, retenção por danos causados e quaisquer débitos do fornecedor;

14. ACEITABILIDADE, PRAZO, AQUISIÇÃO E FORMA DE ENTREGA DOS MATERIAIS:

Não serão aceitos serviços em desacordo com o solicitado/aprovado previamente pela Gerência de Comunicação e Marketing.

Os produtos/serviços serão aferidos quando do seu recebimento, onde oportunamente serão conferidos pelo responsável pela contratação e pelo responsável pela Gerência de Comunicação e Marketing.

Os produtos/serviços deverão ser entregues na Gerência de Comunicação e Marketing em horário comercial, das 8h às 12h e das 13h às 17h.

Os materiais e serviços serão atestados pela Gerência de Comunicação e Marketing, constando o nome completo e a hora do recebimento.

Os serviços e prontos constantes no presente Termo de Referência serão supervisionados e fiscalizados, onde o Município de Extrema poderá cessar, recusar, mandar fazer ou desfazer quaisquer destes que não estejam de acordo com as condições e exigências especificadas neste Termo de Referência.

O Gestor do Contratato deverá avaliar e aprovar os trabalhos apresentados, bem como indicar suas etapas e estabelecer prazos.

Repassar informações necessárias à elaboração dos projetos/campanhas.



15. LOCAIS DE ENTREGA DO PRODUTO/EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

15.1 Os materiais deverão ser entregues junto ao município de Extrema/MG na Avenida Delegado Waldemar Gomes Pinto, n.º 1.624, Praça dos Três Poderes “Benedito José de Toledo Filho – Jamanta”, Bairro da Ponte Nova, Extrema, Estado de Minas Gerais, CEP 37.640-000.

15.2 DETALHAMENTO DA EXECUÇÃO DO OBJETO:

A contratação viabilizará a divulgação das campanhas e políticas públicas de modo a atingir a diversos públicos com os variados veículos disponíveis.

A execução dos serviços de publicidade terá por base o calendário de eventos culturais do município, bem como, campanhas de cunho estritamente informativo voltadas a saúde, educação, serviço social e desporto.

Serão desenvolvidas ações macro ações, à saber:

- 1) Manutenção dos Serviços de Publicidade e Propaganda para compra de espaços midiáticos, produção de materiais publicitários, contratação de prestadores de serviços para divulgação de campanhas institucionais e promocionais de eventos, etc.
- 2) Manutenção dos Serviços de materiais Impressos e uso externo.
- 3) Manutenção dos Serviços de impressão do Jornal Inovação, Elo e Revista Anual como forma de prestação de contas a população extremense.

Serão utilizadas das mais variadas técnicas de comunicação, respeitando ao exposto no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária (CONAR) para atender as demandas das Secretarias Municipais de Planejamento, Orçamento & Gestão, Recursos Humanos, Desenvolvimento Econômico, Educação, Saúde, Assistência Social, Meio Ambiente, Obras e Urbanismo, Cultura, Turismo, Esporte, Lazer & Juventude, Procuradoria-Geral e Controladoria-Geral e outras demandas de convênios das esferas estaduais e federais ou com apoio da Administração.

O objetivo serão cobrir a população do Município de Extrema (Zona Urbana e Rural).

O gasto será realizado de acordo com a execução/veiculação de Campanhas Publicitárias, promoção de eventos, promoção institucional, comunicação dirigida, ações digitais e ouvidoria conforme suas praças de origem.

16. DETALHAMENTO DA GESTÃO DO CONTRATO

16.1 - Nome e CPF do Gestor/Lotação

Bruno Raposo Cardoso – CPF n.º 078.367.176-82 – Secretário Municipal de Governo

16.2 - Nome e CPF do Fiscal Técnico do Contrato/Lotação

Raely Susan Sales – CPF n.º 139.266.626-03 – Chefe de Setor

16.4 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei n.º 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

16.5 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.

16.6 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, via e-mail, para esse fim, conforme dados cadastrais da Contratada, constantes do sistema do órgão ou Entidade. A responsabilidade de informar as possíveis atualizações é da Contratada.

16.7 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei n.º 14.133, de 2021, art. 117, caput <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14133.htm> e do Decreto Municipal n.º 4.441 de 21 de março de 2023 cuja ementa **“Regulamenta,**

no âmbito da Administração Pública Municipal direta, autárquica e fundacional, do Município de Extrema, a Lei Federal nº. 14.133, de 01/04/2021, que ‘Estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios’, e dá outras providências” e suas posteriores alterações.

16.8 O fiscal administrativo do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou prorrogação contratual.

16.9 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.

17. MEDIÇÃO E PAGAMENTO

As medições serão realizadas individualmente por objeto adquirido, acrescido do valor da taxa de agenciamento.

A prestação de serviços obedecerá o disposto na Lei Federal 12.232/2010 e na Tabela Vigente do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais - Sinapro-MG.

18. RECEBIMENTO DO OBJETO

18.1 Os bens serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da entrega, juntamente com a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, obedecido o disposto inciso II do artigo 40 no Decreto Municipal n.º 4.441 de 21 de março de 2023 cuja ementa **“Regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal direta, autárquica e fundacional, do Município de Extrema, a Lei Federal n.º. 14.133, de 01/04/2021, que ‘Estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios’, e dá outras providências”** e suas posteriores alterações.

18.2 Os bens poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de 05 (cinco) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

18.3 Para as contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso I do art. 10 do <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14133.htm> Decreto Municipal n.º 4.441 de 21 de março de 2023 cuja ementa **“Regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal direta, autárquica e fundacional, do Município de Extrema, a Lei Federal n.º. 14.133, de 01/04/2021, que ‘Estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal**

e dos Municípios’, e dá outras providências” e suas posteriores alterações, o prazo máximo para o recebimento definitivo será de até 05 (cinco) dias úteis.

18.4 O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

18.5 No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021 <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14133.htm>, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

18.6 O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

18.7 O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do bem objeto da contratação nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

18.8 Prazo de Pagamento

18.8.1 O pagamento ocorrerá até o 20º dia útil do mês imediatamente subsequente aos eventos descritos no item 8.2 acima.

18.8.2 O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

19. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

19.1 - Valor estimado em **R\$ 2.318.312,80 (dois milhões, trezentos e dezoito mil e trezentos e doze reais e oitenta centavos)**, sendo R\$ 1.618.312,80 (um milhão, seiscentos e dezoito mil, trezentos e doze reais e oitenta centavos) vinculados ao orçamento da Secretaria Municipal de Governo e R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais) vinculados ao orçamento da Secretaria Municipal de Turismo, ambos por exercício financeiro.

Os certames licitatórios referente a Contratação de Agência de Publicidade obedecem legislação própria (Lei Federal n.º 12.232/2010), seus ritos e procedimentos.

As pesquisas de mercado seguem na forma de anexo ao presente Termo de Referência, acompanhado das estimativas de gastos previstas de acordo com a necessidade e peculiaridade do Município de Extrema.

20. PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA:

20.1 - Ficha orçamentária





Gerência de Compras e Licitações

Av. Delegado Waldemar Gomes Pinto, 1624
Ponte Nova | Extrema/MG | CEP 37640-000
(35) 3435.4504 | (35) 3435.4307 | (35) 3435.3315



www.extrema.mg.gov.br

Inovação e Gestão de Resultados



123 - 15000000000 – Secretaria Municipal de Governo

1185 -15000000000 – Secretaria Municipal de Turismo

20.2 - Unidade(s) Administrativa

Secretaria Municipal de Governo – Gerência de Comunicação e Marketing

Secretaria Municipal de Turismo

Extrema/Estado de Minas Gerais, 19 de fevereiro de 2024.

.....
Raely Susan Sales

Chefe de Setor

Gerência de Comunicação e Marketing

.....
Bruno Raposo

Secretário

Secretaria Municipal de Governo
.....





Gerência de Compras e Licitações

Av. Delegado Waldemar Gomes Pinto, 1624

Ponte Nova | Extrema/MG | CEP 37640-000

(35) 3435.4504 | (35) 3435.4307 | (35) 3435.3315



www.extrema.mg.gov.br

Inovação e Gestão de Resultados



Ana Paula Odoni Michelini

Secretária

Secretaria Municipal de Turismo

.....
João Batista da Silva

Prefeito Municipal