

TERMO DE REFERÊNCIA

1.OBJETO

1.1. Contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, obras, serviços e eventos internos e externos, divulgações de caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social da Prefeitura Municipal de Pau dos Ferros/RN, para atender demanda da Secretaria Municipal de Comunicação Social conforme condições e exigências estabelecidas neste termo.

2.JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

2.1. A contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação se mostra essencial para a Administração Pública Municipal pelos seguintes motivos.

2.2. A divulgação de atos, programas, obras, serviços e eventos requer conhecimento especializado para a elaboração de projetos que atendam aos padrões técnicos, estéticos e de acessibilidade exigidos pela comunicação institucional. Profissionais capacitados garantem a adequação dos conteúdos às diversas plataformas e públicos-alvo, promovendo uma comunicação eficaz e de qualidade.

2.3. A divulgação de informações de caráter legal, educativo, informativo e de orientação social fortalece o compromisso com a transparência e o direito do cidadão à informação. Empresas do seguimento asseguram que as mensagens sejam transmitidas de forma clara e objetiva, facilitando o acesso e compreensão dos dados relevantes, o que é fundamental para o fortalecimento da participação social e o controle social.

2.4. O setor público deve obedecer às normas e diretrizes específicas quanto à comunicação institucional. Empresas especializadas estão atualizadas com a legislação vigente e melhores práticas do mercado, o que minimiza riscos de inconsistências ou descumprimento de exigências legais. Esse cuidado é indispensável para evitar retrabalhos e eventuais questionamentos jurídicos.

2.5. A utilização de empresa com expertise na área contribui para a otimização dos recursos públicos, ao assegurar que os investimentos em comunicação produzam os resultados esperados em termos de engajamento e disseminação das informações. A eficiência nos processos, desde o planejamento estratégico até a execução e monitoramento das ações, permite uma melhor gestão dos prazos e dos custos envolvidos.

2.6. Estratégia integrada de divulgação, que contempla tanto os eventos internos quanto externos, contribui para a consolidação da imagem institucional do município. A empresa terá a capacidade de alinhar as diversas campanhas e projetos de comunicação, garantindo a coerência das mensagens e fortalecendo a identidade e a credibilidade do ente público perante a sociedade.

2.7. Em síntese, a contratação empresa especializada é medida indispensável para que a Administração Pública Municipal possa executar suas ações de divulgação com excelência, promovendo uma comunicação transparente, eficaz e alinhada aos princípios da legalidade, eficiência e economicidade. Essa iniciativa representa um investimento estratégico que potencializa o impacto das ações governamentais, fomenta a participação cidadã e contribui para o desenvolvimento social e cultural do município.

3.DAS ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO

3.1. A empresa contratada deverá ser apta a prestar os seguintes serviços à Administração Pública:

3.2.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR ESTIMADO
1	CONTRATAÇÃO EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PROJETOS DE DIVULGAÇÃO DE ATOS, PROGRAMAS, OBRAS, SERVIÇOS EVENTOS INTERNOS E EXTERNOS, DIVULGAÇÕES DE CARÁTER LEGAL, EDUCATIVO, INFORMATIVO OU DE ORIENTAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PAU DOS FERROS, SITE INSTITUCIONAL, CAMPANHAS DE ÓRGÃO E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL, COMPREENDENDO O ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, PESQUISA, PRODUÇÃO, EXECUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E CONTROLE DE VEICULAÇÃO DE PROGRAMAS E CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS INSTITUCIONAIS E MERCADOLÓGICAS, CONTROLE DAS INSERÇÕES PUBLICITÁRIAS DE MÍDIAS CONTRATADAS NOS VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO, TAIS COMO, JORNAL IMPRESSO E ONLINE, SITES, BLOGS E REDES SOCIAIS, TV, RÁDIO, OUTDOOR, MÍDIA EXTERIOR, DENTRE OUTROS.	SERVIÇO	12	R\$ 960.000,00
VALOR TOTAL ESTIMADO:				R\$ 960.000,00

3.3. O valor global estimado para gastos com os serviços objeto deste termo de referência é de R\$960.000,00 (novecentos e sessenta mil reais), para um período de 12 (doze) meses. O valor estimado no item 3.2 constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o município obrigado a realizá-la em sua totalidade e não cabendo a Contratada

qualquer tipo de reparação pelo não uso total da verba.

3.4.A propaganda institucional é regida pelo artigo 37, § 1º, da Constituição Federal e regulamentada pela Lei 12.232/2010, é custeada pelo Poder Público com finalidade informativa, educativa e de orientação social quanto aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos.

Constituição Federal:

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

[...]

§ 1º **A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.**

Lei 12.232/2010:

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.**

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao 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, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

3.5. A publicidade institucional tem por objetivo a prestação de contas do planejamento e das ações tomadas pela Administração Pública. Referem-se à divulgação de campanhas, programas e notícias sobre as atividades desenvolvidas pela Administração. Deve respeitar o interesse público, tendo apenas caráter educativo, informativo ou de orientação social. É vedada a referência a nomes, símbolos, expressões ou imagens que caracterizem promoção pessoal de atividades ou servidores públicos.

3.6. Integram o objeto desta concorrência, como atividades, os serviços especializados pertinentes:

- a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados pela agência contratada;
- b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;
- c) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

3.7. Conforme o art. 3º da Lei 12.323/210, as pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município de Pau dos Ferros, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

3.8. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente atividades previstas no art. 2ª da Lei 12.323/2010, vedada a inclusão de quais outras atividades, em especial as que abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação e marketing, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.9. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.10. São também considerados como ação de publicidade os projetos de:

- a) Veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação, com entrega em espaços publicitários;
- b) Transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

3.11. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Poder Executivo Municipal.

3.12. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo bem ou serviço de luxo.

4. FORMA DE SELEÇÃO – PROPOSTA - JULGAMENTO

FORMA DE SELEÇÃO

4.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, Art. 6, inciso XXXVIII, “b”, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma Eletrônica, com adoção do critério de julgamento MELHOR TÉCNICA.

DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

A proposta deverá ser elaborada com base nos seguintes critérios:

4.2. A licitante enviará sua proposta técnica mediante o preenchimento, no sistema eletrônico, dos seguintes campos:

4.3. Especificação do objeto e documentos técnicos anexos, conforme descrição detalhada no Projeto Básico;

4.4. Plano de Comunicação Publicitária, uma via sem identificação, da apresentação de informações referentes ao proponente, organizada sob a forma definida no Briefing (**Anexo I ao final deste documento**), contendo:

- a) Proposta Técnica: plano de comunicação publicitária não identificado.
- b) A Proposta Técnica consiste na apresentação das informações acerca da licitante, pertinentes aos quesitos elencados abaixo, destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes (repertório);
 - c) A Capacidade de Atendimento, sob a forma de textos, a licitante apresentará: quantificação e qualificação dos profissionais, por meio de currículos, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento);
 - d) Sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluído os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração do Plano de Mídia;
 - e) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
 - f) Estrutura e organização da agência;
 - g) O repertório, apresentação de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas:
 - A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, revista, jornal e outdoor;
 - A não apresentação de qualquer peça exigida para a proposta técnica, incidirá em pontuação **ND 0** (zero) no referido item não apresentado, inclusive se não comprovada a autoria.
 - h) A Proposta Técnica consiste na apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, composto dos seguintes quesitos:
 - Raciocínio Básico;
 - Estratégia de Comunicação Publicitária;
 - Ideia Criativa;
 - Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Raciocínio Básico: sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante apresentará sua compreensão sobre o objeto da licitação, os desafios de comunicação a serem enfrentados, e as soluções propostas, de acordo com as informações prestadas no briefing.

Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e

alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela administração.

Ideia Criativa: sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão às respostas criativas do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária.

Como parte do quesito ideia criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o raciocínio básico e com a estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout ou “monstro” de spot de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante. Cada arquivo, cujo tamanho seja superior a 300mb, deverá ser enviado via link, com a licitante garantindo a plena visualização do arquivo no momento da avaliação por parte da comissão, tendo inclusive caráter desclassificatório caso não seja possível a visualização.

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 por ela sugerida e em função da verba disponível indicada neste edital, apresentada sob a forma de texto de no máximo 3 (três) laudas, 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 veiculação. As tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo pode ser apresentados à parte, não tendo limite de páginas.

i) A Proposta Técnica consiste na apresentação do Plano de Comunicação Publicitária sem identificação, com vistas à análise dos quesitos pela Comissão Técnica de forma totalmente imparcial e idônea, sem a possibilidade de identificação do licitante, conforme exigências da Lei Federal nº 12.232/10.

4.5. A licitante enviará sua proposta de preços mediante o preenchimento, no sistema eletrônico, dos seguintes campos:

- a) Modalidade e número da licitação;
- b) Razão social, CNPJ, inscrição estadual e municipal e endereço completo da proponente e qualificação do representante legal da empresa;
- c) A Proposta de Preço deverá ser elaborada, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Rio Grande do Norte - SINAPRO/RN e os percentuais referentes aos honorários sobre serviços de terceiros, nos termos abaixo.
- d) As licitantes deverão observar ainda que:
 - I. Não será aceito desconto superior a 80% (oitenta por cento) sobre a Lista de Custos Internos do SINAPRO/RN, haja vista possível inexecuibilidade do

Contrato Administrativo a ser firmado com a Prefeitura de Pau dos Ferros - RN;

- II. Nos termos do subitem 4.32 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre: a) serviços externos de produção; b) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e/ou sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;
- III. Nos termos do subitem 4.32 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo;
- IV. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;
- V. 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;
- VI. 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 e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc.).

e) Quando houver a necessidade de contratação de serviços gráficos diversos, poderá à Secretaria de Comunicação fornecer cotações de preços, nos termos da legislação aplicável, e encaminhar a documentação original referente à cotação para agência de publicidade para os procedimentos cabíveis;

f) O disposto no item acima não se aplica nas situações em que o procedimento ali previsto não permitir a agilidade necessária, comprovada a necessidade de urgência, bem como nos casos em que houver a possibilidade de comprometimento da qualidade dos trabalhos, em virtude das especificações técnicas exigidas. Ambas as situações deverão ser formalmente fundamentadas e justificadas pela agência contratada e autorizadas pela Secretaria de Comunicação. Nesse caso, será mantida a regra geral de apresentação pela agência de 03 (três) orçamentos de fornecedores, nos termos do artigo 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;

g) Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência;

h) Prazo de validade da proposta não inferior a 60 (sessenta) dias contados da data de abertura da proposta;

i) Declaração de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros, que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação, serão de responsabilidade do licitante/contratado;

j) Será desclassificada a proposta que exija faturamento mínimo;

k) Não serão aceitas propostas que apresentem vantagens não previstas neste Edital, ou ainda aquelas que ofereçam preços ou vantagens baseadas em ofertas de outros licitantes;

l) O Contratante não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à licitante considerar todos os custos diretos e indiretos, necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão de obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

4.6. Todas as especificações do objeto contidas na proposta vinculam a Contratada.

4.7. Nos valores propostos estarão inclusos todos os custos operacionais, encargos previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente no fornecimento dos bens ou serviços.

4.8. Os preços ofertados, tanto na proposta inicial, quanto na etapa de lances, serão de exclusiva responsabilidade da licitante, não lhe assistindo o direito de pleitear qualquer alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

4.9. O prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

ABERTURA DA SESSÃO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS

4.10. A abertura da presente licitação dar-se-á em sessão pública, por meio de sistema eletrônico, na data, horário e local indicados no Edital.

4.11. Quando a desconexão do sistema eletrônico para o Agente de Contratação persistir por tempo superior a dez minutos, a sessão pública será suspensa e terá reinício somente após comunicação expressa do Agente de Contratação aos participantes do certame, publicada no <http://www.portaldecompraspublicas.com.br>, quando serão divulgadas data e hora para a sua reabertura. E será reiniciada somente após decorridas vinte e quatro horas da comunicação do fato pelo Agente de Contratação aos participantes, no sítio eletrônico utilizado para divulgação.

4.12. O Agente de Contratação verificará as propostas apresentadas, desclassificando, desde logo, aquelas que não estejam em conformidade com os requisitos estabelecidos no Edital, contenham vícios insanáveis ou não apresentem as especificações técnicas exigidas no

Termo de Referência, conforme artigo 59 da Lei nº 14.133/2021.

- a) A desclassificação será sempre fundamentada e registrada no sistema, com acompanhamento em tempo real por todos os participantes;
- b) A não desclassificação da proposta não impede o seu julgamento definitivo em sentido contrário, levado a efeito na fase de aceitação.

4.13. O sistema disponibilizará campo próprio para troca de mensagens entre o Agente de Contratação e as licitantes.

4.14. Iniciada a sessão será analisada a proposta técnica das licitantes, conforme os critérios de julgamento e avaliação descritos no Edital.

4.15. Para julgamento e classificação das propostas serão analisados conjuntamente os critérios de técnica e de preço, observadas as pontuações nas proporções estabelecidas neste item.

4.16. As propostas técnicas serão avaliadas conforme os critérios no item 4.24 deste termo de referência.

4.17. No julgamento das propostas técnicas (conforme ANEXO II), será atribuída a licitante uma Nota Técnica (NT), sendo esta nota obtida pela média aritmética, conforme pontuação atribuída pela subcomissão aos licitantes.

CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

As propostas técnicas serão julgadas com base nos seguintes critérios:

4.18. A Subcomissão Técnica, que será designada por portaria, formada nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

4.19. A subcomissão técnica será formada por, pelo menos, 3 (três) membros, que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, com experiência comprovada/currículo na área de comunicação.

4.20. A portaria com os nomes referidos no subitem 4.22 será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data de realização do certame.

4.21. A nota da proposta técnica será limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, e será apurada segundo metodologia a seguir.

4.22. Pela avaliação do conteúdo apresentado na Proposta Técnica, serão levados em conta pela Subcomissão, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos, em cada quesito ou subquesito:

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESITO 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO

- a) Conhecimento da história do município de Pau dos Ferros/RN, de natureza

institucional e características mais significativas;

- b) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do município e do contexto (social, político e econômico) de sua atuação;
- c) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitárias identificadas;
- d) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

SUBQUESITO 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do município, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) A consistência lógica e apresentação da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do município com seus públicos;
- d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o município, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA

- a) O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) A pertinência da solução criativa com a natureza do município, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) A compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) A originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) A exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

SUBQUESITO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

- a) A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

- b) A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
- c) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do município e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) O grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante;
- b) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações;
- c) A adequação das instalações, infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.

QUESITO 3 – REPERTÓRIO

- a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;
- d) A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, jornal, outdoor e redes sociais.

4.23. Será desclassificada a proposta que contiver vício insanável; que não obedecer às especificações técnicas pormenorizadas no edital ou apresentarem desconformidade com exigências do ato convocatório.

4.24. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

PROPOSTA TÉCNICA

QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
I. Raciocínio Básico	15
II. Estratégia de Comunicação Publicitária	15
III. Ideia Criativa	20
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento	20
I. Profissionais	10
II. Sistemática de Atendimento	10
3. Repertório	15
PONTUAÇÃO TOTAL	100

QUESITO 1	PONTUAÇÃO
SUBQUESITO 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO	
Conhecimento da história do município de Pau dos Ferros/RN, de natureza institucional e características mais significativas	3
Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Pau dos Ferros nos contextos social, político e econômico	2
Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Pau dos Ferros com seus públicos	2
Das características da Prefeitura de pau dos Ferros e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	4
O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing	4
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1	PONTUAÇÃO
SUBQUESITO 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	

O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível	5
A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Câmara Municipal de Contagem com seus diversos públicos	5
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1	PONTUAÇÃO
SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA	
A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação	5
Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Pau dos Ferros e à sua inserção na sociedade	5
A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas	5
A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos	5
PONTUAÇÃO TOTAL	20

QUESITO 1	PONTUAÇÃO
SUBQUESITO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	
A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios	5
O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.	5
O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 2	PONTUAÇÃO
SUBQUESITO 1 – PROFISSIONAIS	MÁXIMA
Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura Municipal de Pau dos Ferros	10
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 2	PONTUAÇÃO
SUBQUESITO 2 – SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO	MÁXIMA
A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Pau dos Ferros.	5
As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida	3
A adequação das instalações, infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato	2
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 3	PONTUAÇÃO
SUBQUESITO 1 – REPERTÓRIO	MÁXIMA
A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação	6
A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo	5
A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças	4
PONTUAÇÃO TOTAL	15

4.25. A licitante deverá apresentar ao final do Plano de Comunicação, gráficos, planilhas ou tabelas em que se apresente a distribuição da verba de veiculação de mídia.

4.26. Na elaboração de tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não-Mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas, ou cores que julgarem mais

adequadas para sua apresentação. Sendo no formato A4 ou A3, horizontal ou vertical, de acordo com a necessidade, sem limites de páginas.

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

- a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
- b) Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

4.28. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

4.29. A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 3 (três) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório.

4.30. Após a divulgação, em sessão pública, do resultado do julgamento das propostas técnicas, serão examinados os documentos de habilitação do licitante classificado em primeiro lugar, com a maior pontuação técnica.

4.31. Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao saneamento das propostas, a sessão pública somente poderá ser reiniciada mediante aviso prévio no sistema com, no mínimo, vinte e quatro horas de antecedência, e a ocorrência será registrada em ata.

4.32. O Agente de Contratação poderá convocar a licitante para enviar documento digital complementar, por meio de funcionalidade disponível no sistema, no prazo de até 2 (duas) horas, sob pena de não aceitação da proposta.

4.33. O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação por solicitação escrita e justificada da licitante, formulada antes de findo o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação.

4.34. Dentre os documentos passíveis de solicitação pelo Agente de Contratação, destacam-se os que contenham as características do material ofertado, tais como marca, modelo, tipo, fabricante e procedência, além de outras informações pertinentes, a exemplo de catálogos, folhetos ou propostas, encaminhados por meio eletrônico, ou, se for o caso, por outro meio e prazo indicados pelo Agente de Contratação, sem prejuízo do seu ulterior envio pelo sistema eletrônico, sob pena de não aceitação da proposta.

4.35. As licitantes deverão colocar à disposição da Administração todas as condições indispensáveis à realização de testes e fornecer, sem ônus, os manuais impressos em língua

portuguesa, necessários ao seu perfeito manuseio, quando for o caso.

4.36.A Administração poderá solicitar carta de solidariedade emitida pelo fabricante, que assegure a execução do contrato, no caso de licitante revendedora ou distribuidora.

4.37.Se a proposta ou lance vencedor for desclassificado, o Agente de Contratação examinará a proposta ou lance subsequente, e, assim sucessivamente, na ordem de classificação.

4.38.Havendo necessidade, o Agente de Contratação suspenderá a sessão, informando no “chat” a nova data e horário para a sua continuidade.

APURAÇÃO DE EVENTUAL DE SOBREPREGO E A ACEITAÇÃO DA PROPOSTA VENCEDORA

4.39.O Agente de Contratação, com o auxílio da equipe de apoio, deverá realizar avaliação sobre o potencial sobrepreço, mesmo que da proposta julgada vencedora.

4.40.Constatado o risco de sobrepreço, o Agente de Contratação deverá negociar condições mais vantajosas.

4.41.A negociação será realizada por meio do sistema e poderá ser acompanhada pelos demais licitantes.

4.42.Quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sobrepreço, a análise de propostas e a negociação poderá ser feita com os demais licitantes classificados, exclusivamente por meio do sistema, respeitada a ordem de classificação, ou, em caso de propostas intermediárias empatadas, serão utilizados os critérios de desempate previstos no artigo 60 da Lei nº 14.133, de 2021.

4.43.Concluída a negociação, se houver, o resultado será registrado na ata da sessão pública, devendo esta ser anexada aos autos do processo de contratação.

4.44.O Agente de Contratação deverá solicitar, no sistema, o envio da proposta e, se necessário, dos documentos complementares, adequada à proposta ofertada, após a negociação de que trata este item.

4.45.Encerrada a etapa de negociação, o Agente de Contratação examinará a proposta classificada em primeiro lugar quanto à adequação ao objeto e à compatibilidade do preço em relação ao máximo estipulado para contratação neste Edital e em seus anexos.

4.46.Será desclassificada a proposta que contiver vício insanável; que não obedecer às especificações técnicas pormenorizadas no edital ou apresentarem desconformidade com exigências do ato convocatório.

4.47.Será desclassificada a proposta ou o lance vencedor, que apresentar preço final superior ao preço máximo fixado (Acórdão nº 1455/2018 -TCU - Plenário), ou que apresentar preço manifestamente inexequível.

a) Considera-se inexequível a proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de

propriedade da própria licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração;

b) Qualquer interessada poderá requerer que se realizem diligências para aferir a exequibilidade e a legalidade das propostas, devendo apresentar as provas ou os indícios que fundamentam a suspeita;

c) Se houver indícios de inexequibilidade da proposta de preço, ou em caso da necessidade de esclarecimentos complementares, poderão ser efetuadas diligências para que a licitante comprove a exequibilidade da proposta.

4.48. Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao saneamento das propostas, a sessão pública somente poderá ser reiniciada mediante aviso prévio no sistema com, no mínimo, vinte e quatro horas de antecedência, e a ocorrência será registrada em ata.

4.49. O Agente de Contratação poderá convocar a licitante para enviar documento digital complementar, por meio de funcionalidade disponível no sistema, no prazo de até 2 (duas) horas, sob pena de não aceitação da proposta.

a) O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação por solicitação escrita e justificada da licitante, formulada antes de findo o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação;

b) Dentre os documentos passíveis de solicitação pelo Agente de Contratação, destacam-se os que contenham as características do material ofertado, tais como marca, modelo, tipo, fabricante e procedência, além de outras informações pertinentes, a exemplo de catálogos, folhetos ou propostas, encaminhados por meio eletrônico, ou, se for o caso, por outro meio e prazo indicados pelo Agente de Contratação, sem prejuízo do seu ulterior envio pelo sistema eletrônico, sob pena de não aceitação da proposta.

4.50. Havendo necessidade, o Agente de Contratação suspenderá a sessão, informando no “chat” a nova data e horário para a sua continuidade.

4.51. Encerrada a análise quanto à aceitação da proposta, o Agente de Contratação verificará a habilitação da licitante, observado o disposto neste Edital.

5. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

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

HABILITAÇÃO JURÍDICA

5.1. Pessoa física: cédula de identidade (RG) ou documento equivalente que, por força de lei, tenha validade para fins de identificação em todo o território nacional;

5.2. Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

5.3. 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>;

5.4. 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;

5.5. 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.

5.6. Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

5.7. Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz.

5.8. Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

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

HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

5.10. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

5.11. 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.

5.12. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

5.13. 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;

5.14. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual/Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

5.15. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

5.16. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

5.17. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual/Distrital 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.

5.18. 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

5.19. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica; datado dos últimos 60 (sessenta) dias que antecedem o certame, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão;

5.20. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:

5.21. Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

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

5.23. 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.

5.24. 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.

5.25. Caso a empresa licitante 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.

5.26. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

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

QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

5.28. Comprovação de aptidão para execução de serviço de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior com o objeto desta contratação, ou com o item pertinente, por meio da **apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.**

ENQUADRAMENTOS E REQUISITOS TÉCNICOS

A empresa deve atender aos seguintes requisitos técnicos e operacionais:

CAPACIDADE TÉCNICA

5.29. Comprovar experiência em projetos de divulgação e publicidade, com apresentação de peças publicitárias já veiculadas (até 2 peças por meio de veiculação: rádio, jornal, outdoor e redes sociais).

5.30. Apresentar um **Plano de Comunicação Publicitária:** não identificado contendo:

- a) **Raciocínio Básico:** Análise do município, desafios de comunicação e soluções de propostas (máximo 3 laudas).
- b) **Estratégia de Comunicação Publicitária:** Defesa das linhas gerais da proposta (máximo 3 laudas).
- c) **Ideia Criativa:** Exemplos de peças publicitárias (roteiro, layout ou “monstro” de spot de rádio, com ou sem música).

d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** Justificativa da estratégia e táticas recomendadas, com tabelas, gráficos e planilhas.

EQUIPE TÉCNICA

5.31. Apresentar currículos resumidos dos profissionais que estarão à disposição para a execução do contrato, com quantificação e qualificação por setor (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento).

5.32. Necessidade de Profissional Publicitário na Equipe Técnica:

5.33. É fundamental a comprovação de que a equipe técnica conte com um profissional formado em Publicidade e Propaganda.

- **Comprovação deve ser feita através de Diploma devidamente reconhecido pelo MEC.**

5.34. A presença de um publicitário na equipe técnica é essencial para contribuir com estratégias de comunicação, criação de conteúdo, gestão de marca e análise de mercado. Sua formação permite otimizar campanhas, fortalecer a imagem da empresa e alinhar as ações da equipe com as tendências e necessidades do público-alvo.

CAPACIDADE OPERACIONAL – INFRAESTRUTURA

5.35. Apresentar comprovação de que possui Escritório local, preferencialmente no Município de Pau dos Ferros/RN ou Região Alto Oeste Potiguar, equipamentos, softwares de edição e gestão de publicitária, além de estrutura administrativa e de criação.

5.36. A opção de dar preferência por contratação de empresa de publicidade local/regional justifica-se pelo fortalecimento da economia regional, pela compreensão aprofundada do contexto e necessidades locais, pela agilidade na comunicação e implementação de projetos, pela redução de custos logísticos e pela facilitação da transparência e controle dos investimentos públicos.

5.37. Indicar os equipamentos de informática disponíveis e em perfeitas condições de uso e funcionamento, que estarão disponíveis durante a execução do contrato, provando a existência de aptidão e propriedade dos equipamentos necessários a prestação dos serviços, ou seja, que possuam estrutura própria de produção de vídeo, com, no mínimo, câmeras profissionais e drones.

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

5.38. Descrever a sistemática de atendimentos, incluindo prazos máximos para criação de campanhas, peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração do Plano de Mídia.

REPERTÓRIO

5.39. Apresentar trabalhos anteriores (repertório), com fichas técnicas das peças criadas e veiculadas, demonstrando experiência e qualidade na execução de projetos similares.

6.DA EXECUÇÃO DO OBJETO

CONDIÇÕES DA EXECUÇÃO

6.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:

6.2. O objeto desta licitação deverá ser prestado no município de Pau dos Ferros/RN, em locais pré-determinados pela Secretaria demandante, ou em outro local determinado pela CONTRATANTE, em até 3 (três) dias, contados a partir da solicitação e emissão da Ordem de serviço ou documento equivalente, conforme o caso, dentro das condições estabelecidas em edital. Cronograma de realização dos serviços:

6.3. O município de Pau dos Ferros/RN, providenciará a expedição da AUTORIZAÇÃO DE SERVIÇO e notificará a empresa, enviando E-MAIL institucional para o E-MAIL da empresa; na ordem de classificação para proceder a prestação do serviço.

6.4. Os serviços deverão ser de primeira qualidade, em atendimento as especificações discriminadas neste documento, e estar dentro dos padrões de aceitabilidade. Comprovada a inferioridade, alteração ou inadequação da prestação do serviço, responderá a licitante vencedora por danos causados oriundos da utilização dos mesmos.

6.5. A prestação deverá acontecer no horário pré-determinado pela requisitante.

LOCAL DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS:

6.6. Os serviços serão prestados em dias e locais indicados pela Administração Pública, conforme a necessidade e as especificações do objeto descritas neste documento e o dimensionamento realizado pelo setor técnico responsável.

MATERIAIS E EQUIPAMENTOS

6.7. Para a perfeita execução dos serviços, a Contratada deverá disponibilizar dos equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, para a perfeita prestação do serviço.

ESPECIFICAÇÃO DA GARANTIA DO SERVIÇO (art. 40, §1º, inciso III, da Lei nº 14.133, de 2021)

6.8. O prazo de garantia contratual dos serviços é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

7.DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO E DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

SUSTENTABILIDADE

7.1. Considerando o emprego de sustentabilidade das contratações, de forma a agregar benefícios à população e ao meio ambiente a longo prazo, a empresa contratada deve observar as seguintes diretrizes e práticas consideradas sustentáveis:

7.2. Menor impacto sobre recursos naturais como flora, fauna, ar, solo e água;

7.3. Preferência para materiais, tecnologias e matérias-primas de origem local;

7.4. Maior eficiência na utilização de recursos naturais como água e energia;

7.5. Maior geração de empregos, preferencialmente com mão de obra local;

7.6. Uso de inovações que reduzam a pressão sobre recursos naturais; e

7.7. Origem ambientalmente regular dos recursos naturais utilizados nos bens, serviços e obras.

CONSTITUIRÃO OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA, ALÉM DAS ESPECIFICADAS NA LEGISLAÇÃO:

7.8. Executar os serviços conforme especificações deste Termo de Referência e de sua proposta, necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais;

7.9. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos equipamentos e técnicas empregados;

7.10. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com os artigos 14 e 17 a 27, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990), ficando a Contratante autorizada a descontar da garantia, caso exigida no edital, ou dos pagamentos devidos à Contratada, o valor correspondente aos danos sofridos;

7.11. Utilizar equipe habilitada e com conhecimentos básicos dos serviços a serem executados, em conformidade com as normas e determinações em vigor;

7.12. Responsabilizar-se por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas na legislação específica, cuja inadimplência não transfere responsabilidade à Contratante;

7.13. Instruir a equipe quanto à necessidade de acatar as normas internas da Administração;

7.14.Instruir a equipe a respeito das atividades a serem desempenhadas, alertando-os a não executar atividades não abrangidas pelo contrato, devendo a Contratada relatar à Contratante toda e qualquer ocorrência neste sentido, a fim de evitar desvio de função;

7.15.Relatar à Contratante toda e qualquer irregularidade verificada no decorrer da prestação dos serviços;

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

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

7.18.Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

7.19.Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento ao objeto da licitação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados nos incisos do § 1º do art. 57 da Lei nº 8.666, de 1993.

7.20.Assumir inteira responsabilidade quanto à qualidade do serviço entregue;

7.21.Responder direta e exclusivamente pela execução do contrato de fornecimento, não podendo, em nenhuma hipótese, transferir a responsabilidade pelo fornecimento do serviço a terceiros, sem o expresso consentimento da Secretaria Requisitante.

7.22.Responder por quaisquer danos ou prejuízos que venha, direta ou indiretamente, por sua culpa ou dolo, a causar à Secretaria Requisitante ou a terceiros, durante a execução do contrato de fornecimento, inclusive por atos praticados por seus funcionários, ficando, assim, afastada qualquer responsabilidade da Secretaria Requisitante, podendo este, para o fim de garantir eventuais ressarcimentos, adotar providências.

SUBCONTRATAÇÃO

7.23.Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

7.24.Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

VISTORIA

7.25. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

8. OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE:

OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE:

8.1. Exercer a fiscalização dos serviços por técnicos especialmente designados;

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

8.3. Notificar a Contratada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução do objeto, fixando prazo para a sua correção;

8.4. Pagar à Contratada o valor resultante da prestação do fornecimento, no prazo e condições estabelecidas neste Termo de Referência, Edital e seus anexos;

8.5. Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura fornecida pela contratada, no que couber.

9. DA GESTÃO DO CONTRATO

9.1. 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.

9.2. 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.

9.3. 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.

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

9.5. 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.

PREPOSTO

9.6. A contratada designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto contratado.

9.7. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo fiscal do contrato, aquele já previsto no Estudo Técnico Preliminar.

FISCALIZAÇÃO TÉCNICA

9.8.A O fiscal técnico 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);

9.9. O fiscal técnico do contrato anotar 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);

9.10. Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III);

9.11. O fiscal técnico 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);

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

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

9.14. Alterações contratuais e dos preços:

9.15. As prorrogações, supressões, acréscimos, reajustes e o reequilíbrio econômico-financeiros, quando admitidos, serão processadas em conformidade com os artigos correspondentes e aplicáveis ao objeto desta contratação da Lei Federal nº 14.133/2021.

9.16. Extinção contratual:

9.17. A extinção contratual dar-se-á, no que coube, em conformidade com os art. 137, 138 e 139 da Lei Federal nº 14.133/2021 ou quando constatado que há violação em qualquer pressuposto exposto neste Termo de Referência.

FISCALIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

9.18. 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).

9.19. 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

9.20. O gestor do contrato coordenará 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.

9.21. 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.

9.22. 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.

9.23. 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.

9.24.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.

9.25.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.

9.26.O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

10. DAS CONDIÇÕES DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

RECEBIMENTO

10.1. A CONTRATADA deverá emitir nota fiscal e requerimento de pagamento que deverão ser entregues ao protocolo da CONTRATANTE para abertura de processo administrativo.

10.2.A(s) nota(s) fiscal(is) deverá(ão) estar devidamente atestadas por 1 (um) servidor.

10.3.Todos os documentos devem estar em nome da CONTRATADA, caso contrário não serão aceitos mesmo que comprove que a mesma realizou o serviço, sem ônus a administração pública.

10.4.Aprovação e Verificação de Registros

10.5.A aprovação e verificação dos registros por parte contratante envolverá o fiscal técnico do contrato, onde será realizado a revisão regular dos relatórios de trabalho submetidos pela empresa contratada.

10.6. O Preço praticado será aquele vencido no momento da licitação, onde deverá refletir todos os custos associados a perfeita execução do serviço.

DO RECEBIMENTO

10.7. Os serviços serão recebidos provisoriamente no prazo de até 15 (quinze) dias corridos, pela CONTRATANTE, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes neste Termo de Referência.

10.8. Os serviços são recebidos definitivamente no prazo de até 15 (quinze) dias corridos a contar do recebimento provisório. Dentro deste prazo, a CONTRATANTE verificará a qualidade e quantidade dos serviços. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte,

quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta ou quando forem identificados vícios/defeitos, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo de 30 (trinta) dias úteis, às custas da CONTRATADA, sem prejuízo da aplicação de penalidades.

10.9. O recebimento definitivo, ato que concretiza o ateste da entrega parcial ou total da execução dos serviços, será realizado pelo gestor do contrato. O gestor do contrato analisará os relatórios e toda documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicará as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções.

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

LIQUIDAÇÃO

10.11. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §2º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.

10.12. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021.

10.13. Para fins de liquidação, o setor competente deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

10.14. O prazo de validade;

10.15. A data da emissão;

10.16. Os dados do contrato e do órgão contratante;

10.17. O período respectivo de execução do contrato;

10.18. O valor a pagar; e

10.19. Eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

10.20. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;

10.21. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ao SICAF ou, na

impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

10.22.A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas (INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 26 DE ABRIL DE 2018).

10.23.Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.

10.24. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

10.25.Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

10.26. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

PRAZO DE PAGAMENTO

10.27. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até trinta dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022.

FORMA DE PAGAMENTO

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

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

10.30.Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

10.31.Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

10.32. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

11. DO CONTRATO/PRAZO

11.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses contados da assinatura do contrato, prorrogável na forma dos artigos 105 a 107 da Lei nº 14.133, de 2021, ante a necessidade inerente à natureza do objeto em questão.

11.2. O prazo para início da prestação dos serviços será imediatamente após a data da assinatura do instrumento contratual.

11.3. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

12. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

12.1. O custo estimado total da contratação é de **R\$ 960.000,00**.

12.2. Os preços registrados poderão ser alterados ou atualizados em decorrência de eventual redução dos preços praticados no mercado ou de fato que eleve o custo dos bens, das obras ou dos serviços registrados, nas seguintes situações:

12.3. em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe ou em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, que inviabilizem a execução do contrato tal como pactuado, nos termos do disposto na alínea “d” do inciso II do caput do art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021;

12.4. em caso de criação, alteração ou extinção de quaisquer tributos ou encargos legais ou superveniência de disposições legais, com comprovada repercussão sobre os preços registrados;

12.5. serão reajustados os preços registrados, respeitada a contagem da anualidade e o índice previsto para a contratação; ou

12.6. poderão ser repactuados, a pedido do interessado, conforme critérios definidos para a contratação.

13. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignadas no Orçamento Geral do Município, Exercício 2025, Unidade Orçamentária – 13.001 Secretaria de Comunicação Social, Ação 2487 Publicidade de Instituição e de utilidade pública, Classificação Econômica 3.3.90.39 – Outros serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica, Fonte 15000000.

14. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. A CONTRATADA ficará sujeita às sanções administrativas previstas na Lei n.º 14.133/21 e suas alterações, a serem aplicadas pela autoridade competente, conforme a gravidade do caso, assegurado o direito à ampla defesa, sem prejuízo do ressarcimento dos danos ou prejuízos porventura causados à Administração e das cabíveis cominações penais.



15. DO FORO COMPETENTE

15.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Pau dos Ferros/RN, para dirimir quaisquer litígios oriundos da licitação e do contrato dela decorrente, com expressa renúncia a outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

Pau dos Ferros, 13 de março de 2024.

MELISSA REGINA DE SOUZA ROCHA
GERENTE DE COMPRAS

DESPACHO

De acordo com a legislação vigente, **APROVO E AUTORIZO** o presente Termo de Referência.

MARCUS VINÍCIUS DE OLIVEIRA VIANA
SECRETÁRIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ANEXO I – BRIEFING
TERMO DE CAPACIDADE TÉCNICA
LICITAÇÃO PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE
TEMA: IMPLEMENTAÇÃO DA COLETA SELETIVA NO MUNICÍPIO DE PAU DOS FERROS/RN

CONCEITO

A Constituição Federal do Brasil determina que o poder público, nas esferas federal, estadual e municipal, deve garantir transparência em seus atos, assegurando os princípios da impessoalidade e da moralidade no uso dos recursos públicos. A implementação da coleta seletiva no município de Pau dos Ferros/RN é uma ação essencial para promover a sustentabilidade, a preservação ambiental e a conscientização da população sobre o descarte adequado de resíduos sólidos. Para que essa iniciativa seja bem-sucedida, é fundamental que a Prefeitura utilize campanhas publicitárias eficazes, que informem, eduquem e engajem os cidadãos no processo de coleta seletiva, garantindo a participação popular e o aproveitamento máximo do serviço prestado.

CONTEXTO

Pau dos Ferros/RN, como muitos municípios brasileiros, enfrenta desafios significativos na gestão de resíduos sólidos. A implementação da coleta seletiva é uma medida urgente para reduzir o impacto ambiental, promover a reciclagem e melhorar a qualidade de vida da população. No entanto, a efetividade dessa iniciativa depende diretamente da conscientização e da adesão dos cidadãos. A Prefeitura de Pau dos Ferros/RN busca, por meio desta licitação, contratar uma agência de publicidade que desenvolva campanhas criativas e impactantes, capazes de informar a população sobre os benefícios da coleta seletiva, os procedimentos corretos para o descarte de resíduos e o papel de cada cidadão nesse processo.

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O principal desafio é conscientizar a população sobre a importância da coleta seletiva e engajá-la na separação e descarte adequado dos resíduos sólidos. A campanha deve superar barreiras como a falta de informação, a resistência a mudanças de hábitos e a descrença na eficácia do sistema. Além disso, a campanha deve ser adaptada ao contexto local, considerando a realidade socioeconômica e cultural dos habitantes de Pau dos Ferros/RN. Para isso, é essencial que a agência licitante demonstre capacidade técnica para integrar mídias tradicionais e digitais, criando peças publicitárias que alcancem todos os públicos-alvo de forma clara, criativa e impactante.

ASPECTOS TÉCNICOS DA CAMPANHA

A campanha publicitária deverá ser desenvolvida com base nas seguintes exigências técnicas:

1. **Público-Alvo:**

- Habitantes de Pau dos Ferros/RN, com foco em todas as faixas etárias e níveis de escolaridade.
- Comunidades específicas, como escolas, associações de bairro, comerciantes e catadores de materiais recicláveis.

2. Objetivos da Campanha:

- Conscientizar a população sobre a importância da coleta seletiva.
- Informar sobre os dias, horários e procedimentos corretos para o descarte de resíduos.
- Promover a participação ativa dos cidadãos no processo de coleta seletiva.
- Reduzir o volume de resíduos destinados a aterros sanitários e aumentar a taxa de reciclagem no município.

3. Peças Obrigatórias:

As licitantes deverão apresentar, no mínimo, as seguintes peças publicitárias:

○ Vídeo Institucional:

- Duração: 2 a 3 minutos.
- Conteúdo: Deve explicar o que é coleta seletiva, sua importância para o meio ambiente e para a cidade, e como os cidadãos podem participar.
- Requisitos: Gravação em locais reais no município de Pau dos Ferros/RN, com participação de moradores locais e autoridades municipais.

○ Spots de Rádio:

- Duração: 30 e 60 segundos.
- Conteúdo: Mensagens claras e objetivas sobre a coleta seletiva, com linguagem adaptada ao público local.
- Requisitos: Gravação com locutores que tenham sotaque regional ou participação de moradores locais.

○ Cartilha Educativa:

- Formato: Digital e impresso.
- Conteúdo: Informações detalhadas sobre a coleta seletiva, incluindo ilustrações e exemplos práticos.
- Requisitos: Distribuição em escolas, postos de saúde e órgãos públicos do município.

- **Redes Sociais:**
 - Conteúdo: Série de posts, stories e vídeos curtos para Instagram, Facebook e WhatsApp.
 - Requisitos: Utilização de hashtags específicas e engajamento com a comunidade local.
- **Outdoor:**
 - Conteúdo: Mensagens impactantes e visuais que chamem a atenção para a coleta seletiva.
 - Requisitos: Instalação em pontos estratégicos da cidade, com comprovação de locação dos espaços.
- **Cartazes:**
 - Conteúdo: Mensagens impactantes e visuais que chamem a atenção para a coleta seletiva.
- Requisitos: Instalação em pontos estratégicos da cidade, como escolas, unidades de saúde, mercados públicos e órgãos municipais.

4. Exigências Técnicas Específicas:

- **Gravações Locais:** Todas as peças que envolvam gravações de áudio ou vídeo devem ser realizadas no município de Pau dos Ferros/RN, com comprovação de locações e participação de moradores locais.
- **Conhecimento da Realidade Local:** A agência deve demonstrar familiaridade com a realidade socioeconômica e cultural do município, apresentando um diagnóstico inicial da situação atual da coleta de resíduos em Pau dos Ferros/RN.
- **Cronograma de Execução:** Apresentação de um cronograma detalhado, com prazos para produção, revisão e veiculação das peças.
- **Orçamento Detalhado:** Detalhamento dos custos de produção, incluindo locações, equipamentos, equipe técnica e veiculação.

5. Critérios de Avaliação:

- Criatividade e originalidade das peças.
- Adequação ao público-alvo e ao contexto local.
- Viabilidade técnica e financeira.
- Capacidade de engajamento e impacto social.

- Experiência prévia da agência em campanhas similares.

6. Verba Disponível:

- A verba disponível para a campanha é de R\$ 960.000,00 (novecentos e sessenta mil reais), ao longo de 12 meses, incluindo produção, veiculação e custos operacionais.

7. Disposições Finais:

- A campanha servirá como uma forma de avaliação do potencial criativo e técnico das licitantes.
- O Município de Pau dos Ferros/RN reserva-se o direito de utilizar ou não as peças produzidas, de acordo com o resultado da licitação.



ANEXO II

Concorrência nº _____

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E PREÇO (a ser preenchida por cada membro da subcomissão técnica)

QUESITOS TÉCNICOS/ASPECTOS AVALIADOS/PONTUAÇÃO

• QUESITO 1 (Q1) – PLANO DE COMUNICAÇÃO BÁSICA

SUBQUESITO 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO

- Conhecimento da história do município de Pau dos Ferros/RN, de natureza institucional e características mais significativas () – [DE 0 A 3 PONTOS];
- Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Pau dos Ferros nos contextos social, político e econômico () – [DE 0 A 2 PONTOS];
- Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Pau dos Ferros com seus públicos () – [DE 0 A 2 PONTOS];
- Das características da Prefeitura de Pau dos Ferros e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária () – [DE 0 A 4 PONTOS];
- O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing () – [DE 0 A 4 PONTOS].

SUBTOTAL DO ITEM:

PONTUAÇÃO MÁXIMA – 15 PONTOS

SUBQUESITO 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Câmara Municipal de Contagem com seus diversos públicos () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação () – [DE 0 A 5 PONTOS].

SUBTOTAL DO ITEM:

PONTUAÇÃO MÁXIMA – 15 PONTOS

SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA

- A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Pau dos Ferros e à sua inserção na sociedade () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos () – [DE 0 A 5 PONTOS].

SUBTOTAL DO ITEM:

PONTUAÇÃO MÁXIMA – 20 PONTOS

SUBQUESITO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

- a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- c) O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças () – [DE 0 A 5 PONTOS].

TOTAL DO QUESITO 1:

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 65 PONTOS

- **QUESITO 2 (Q2) – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

SUBQUESITO 1 – PROFISSIONAIS

- a) Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura Municipal de Pau dos Ferros () – [DE 0 A 10 PONTOS].

SUBTOTAL DESSE ITEM:

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 10 PONTOS

SUBQUESITO 2 – SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

- a) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Pau dos Ferros () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- b) As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida () – [DE 0 A 3 PONTOS];
- c) A adequação das instalações, infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato () – [DE 0 A 2 PONTOS].

SUBTOTAL DESSE ITEM:

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 10 PONTOS.

TOTAL DO QUESITO 2:

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 20 PONTOS

- **QUESITO 3 (Q3) – REPERTÓRIO**

- a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação () – [DE 0 A 6 PONTOS];

- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo () – [DE 0 A 5 PONTOS];
- c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças () – [DE 0 A 4 PONTOS]

SUBTOTAL DESSE ITEM:

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 15 PONTOS.

TOTAL DO QUESITO 3:

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 15 PONTOS.

TOTAL DE PONTOS (nota técnica) = Q1+Q2+Q3 =

JULGADOR: ASSINATURA: CPF:

