

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO-BA**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 923/2025**

**CONCORRÊNCIA Nº 001/2026**

**1 - DO PREÂMBULO:**

1.1 - **A PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO, ESTADO DE BAHIA** através da Comissão de Contratação , constituída pelo Decreto n.º 006 de 2025, torna público para conhecimento dos interessados que, na Sala de Reuniões da Prefeitura Municipal de São Desidério, localizada na Rua Pça Emerson Barbosa, nº 01, centro, neste Município, **será realizada, no dia 17/03/2026, às 09:00 horas**, a licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, na forma PRESENCIAL, do tipo TÉCNICA E PREÇO e na forma de execução indireta, sob regime de Empreitada por Preço Global, visando a contratação de uma agência de propaganda, em conformidade ao que determina a Lei Federal n.º 12.232/10, pela Lei n.º 14.133/2021, pela Lei n.º 9.610/1998, pela Lei n.º 4.680/65, Decreto n.º 57.690/66, Decreto n.º 4.563, de 31.12.02; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, e pelas disposições deste Edital.

1.2 - Os invólucros nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via não identificada, nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via identificada, nº 03 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES - via identificada, nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS, deverão ser entregues conjuntamente no início da sessão de recebimento e abertura de invólucros.

1.3. Os documentos de HABILITAÇÃO, serão entregues no Invólucro n.º 05, de conformidade com o disposto no item 3.8. deste Edital.

**2 - DO OBJETO:**

2.1 - O objeto da presente licitação é a contratação de uma agência de propaganda para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes 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; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; 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 no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

2.2 - A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 2.1, que lhe sejam afetos nos termos do art. 2º, caput, da Lei n.º 12.232/10 e do art. 122, da Lei n.º 14.133/2021.

2.3 - A agência CONTRATADA atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA, em conformidade com o art. 3º, da Lei n.º 4.680/65, na contratação de:

- a) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços publicitários, sem qualquer restrição de mídia;
- b) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução das peças, campanhas e demais materiais conexos.

### 3 - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1 Serão consideradas em condições de participação as empresas que atenderem os requisitos do presente Edital e apresentarem as seguintes documentações:

- a) Atenderem à definição de agência de propaganda, segundo a Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, e do Regulamento aprovado pelo Decreto Federal n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto Federal n.º 4.563/2002, apresentando para isso Declaração que a licitante é filiada ou associada ao Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP;
- b) Apresentarem o Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento válido na data de abertura, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, de acordo com a Lei 12.232;
- c) Apresentarem a Declaração de Filiação ao Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, válido na data de abertura, expedido pelo Sinapro/BA;
- d) Estiverem constituídas no Brasil, de acordo com as leis brasileiras;

3.2. Não poderão disputar esta licitação:

- a) Aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);
- b) pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- c) aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- d) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- e) pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;
- f) agente público do órgão ou entidade licitante;
- g) pessoas jurídicas reunidas em consórcio;
- h) Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;
- i) empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;
- j) autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela relacionados, se for o caso.
- k) Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021;
- l) O impedimento de que trata alínea "b" será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou

a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante;

m) A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem as alíneas “i” e “j” poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.

n) Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico;

o) O disposto nas alíneas “i” e “j” não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução;

p) Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133/2021;

q) A vedação de que trata a alínea “f” estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica

3.3 - A presente Licitação será realizada em três fases, assim discriminadas:

- a) Proposta Técnica;
- b) Proposta de Preços;
- c) Habilitação.

3.4 - Os interessados, no dia, local e hora indicados no preâmbulo deste Edital, deverão entregar, simultaneamente, à Comissão Permanente de Licitação, a Proposta Técnica e a Proposta de Preços, exigidos no presente Edital, em 04 (quatro) invólucros fechados e lacrados ou colados, na forma seguinte:

Invólucro nº 01 - “PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA”

envelope timbrado fornecido pela Prefeitura Municipal de São Desidério/BA, sem qualquer etiqueta, inscrição, marca ou sinal. A licitante deverá entregar o plano de comunicação nesse envelope timbrado sem qualquer etiqueta, inscrição, marca ou sinal.

Invólucro nº 02 - “PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA”

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO/BA

CONCORRÊNCIANº 00/0000

DATA 00/00/0000 HORÁRIO: 00:00 horas

(Razão social da empresa e endereço, se o invólucro não for timbrado)

Em uma única via.

Invólucro nº 03 - “PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DAS INFORMAÇÕES” PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO/BA

CONCORRÊNCIANº 00/0000

DATA 00/00/0000 HORÁRIO: 00:00 horas

(Razão social da empresa e endereço, se o invólucro não for timbrado)

Em uma única via.

Invólucro nº 04 - “PROPOSTA DE PREÇOS”

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO/BA

CONCORRÊNCIANº 00/0000

DATA 00/00/0000 HORÁRIO: 00:00 horas

(Razão social da empresa e endereço, se o invólucro não for timbrado)

Em uma única via.

3.5 - O representante legal da empresa deverá, antes da entrega dos invólucros de Proposta Técnica e Proposta de Preços, identificar-se, apresentando ao Presidente da Comissão de Licitação a Carteira de Identidade e Prova de Titularidade da empresa, além do Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento válido na data de abertura, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão.

3.6 - Se a empresa enviar representante que não seja sócio, faz-se necessário o credenciamento por procuração por instrumento público ou particular com firma reconhecida em cartório, com menção expressa de que lhe confere amplos poderes para praticar todos os atos no interesse da mesma junto a quaisquer órgãos públicos ou, ainda, com fins específicos para representação em todos os termos da presente licitação (Anexo II).

3.6.1 - Só terão direito de usar a palavra, rubricar, ter acesso à documentação e às propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar a ata, representantes legais dos concorrentes e os membros da Comissão Permanente de Licitação, e na fase de julgamento da Proposta Técnica, os membros da Subcomissão Técnica, relativamente aos documentos a ela pertinentes.

3.7 - O não comparecimento de quaisquer dos participantes na reunião na qual serão recebidos os invólucros de Proposta Técnica, Proposta de Preços não impedirá que ela se realize.

3.8 - Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificados no julgamento final das propostas, de acordo com inciso XI do art. 11, da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010. Deverão ser apresentados em invólucro fechado, em uma única via, na forma seguinte:

|  |
|--|
| Invólucro nº 05 - "HABILITAÇÃO"<br>PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO/BA<br>CONCORRÊNCIA Nº 00/0000<br>DATA 00/00/0000      HORÁRIO: 00:00 horas<br>(Razão social da empresa e endereço, se o invólucro não for timbrado) |
|--|

3.9 - A participação da licitante deste procedimento licitatório implicará em expressa concordância aos termos deste Edital, ressalvando-se o direito recursal.

#### **4 - INVÓLUCRO N°s 01 e 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.**

4.1. O Plano de Comunicação Publicitária- via não identificada - consistirá de quesitos apresentados em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipologia Arial, tamanho 11, sem condensação e entrelinhamento simples, e será composta de quatro quesitos:

I - Raciocínio básico, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de São Desidério/BA;

III - 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, sendo uma peça em 01 (uma) página para cada um dos seguintes meios, totalizando 04 (quatro) páginas:

- a) Jornal ou Revista: layout;
- b) Outdoor: layout;

- c) TV: storyboard;
- d) Rádio: Spot ou Jingle: roteiro.

IV - Estratégia de mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, sem inclusão no limite máximo de páginas fixadas.

Na simulação de que trata o item 4.1., inc. IV:

- a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

4.1.1. – Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia, os proponentes poderão utilizar os tamanhos da fonte tipográfica Arial que julgarem mais adequados para sua apresentação.

4.1.2 – Na elaboração do quesito “Estratégia de Mídia” a licitantes considerará a verba, o período e o território indicados no briefing (Anexo I).

4.2. - O Plano de Comunicação Publicitária previsto no item 4.1. será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria em invólucro padronizado fornecido previamente pela Prefeitura Municipal, e outra com a identificação, conforme o item 3.4.;

4.2.1. - 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.

4.3. - Será vedada a aposição, ao invólucro e conteúdo destinado às informações da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do invólucro 01; ela deverá ser apresentada da seguinte forma, não podendo ultrapassar as 12 (doze) páginas previstas no Edital referentes aos seus itens 4.1 I, incs. II, III e IV:

- em papel sulfite A4, branco;
- com espaçamento de 2 (dois) cm nas margens (direita, esquerda, superior e inferior) a partir da borda, com variação máxima de dez por cento a menos ou a mais.
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 11 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página (ex.: 1, 2, 3...12);
- folhas soltas (sem grampeamento ou encadernação); e
- sem identificação da licitante.

4.4. - Será desclassificada a licitante que descumprir o disposto neste item 4.3.

4.5. A critério da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

## 5 - INVÓLUCRO Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

5.1. O invólucro de nº 03 deverá conter a Proposta Técnica - quesito Conjunto de Informações, em uma única via, e deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante com a indicação no encerramento da quantidade de páginas que a compõem, e consistirá de um caderno com capa e contracapa na cor amarela, espiral na cor preto, impresso em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), composto de textos - utilizar tipografia arial, tamanho 11, sem condensação e entrelinhamento simples. Deverá conter informações destinadas a avaliar a capacidade de atendimento da proponente e o nível dos trabalhos por ela realizados para seus clientes e compor-se-á de 02 (dois) itens:

### 5.1.1. Capacidade de Atendimento (em textos e/ou fotos):

I. Em no máximo 10 (dez) páginas, a licitante apresentará:

a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, arte, redação, mídia, planejamento, produção);

b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação;

c) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos 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 de plano de mídia;

d) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos últimos 03 (três) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

e) Não serão aceitos, no subitem 5.1.1, da alínea a) até d), anexos especiais tais como portfólios impressos ou eletrônicos descrevendo atividades além das formas solicitadas;

f) A Comissão Permanente de Licitação poderá visitar, a qualquer momento, a empresa licitante para confirmação de suas informações.

### 5.1.2. Repertório (em textos e/ou fotos, layouts e mídias *Pen Drive*)

I. Apresentação de 5 (cinco) campanhas (cases), produzidas e veiculadas pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas (contendo indicação do nome do cliente, título, ficha técnica e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram, devendo ser entre Jornal ou Revista, Outdoor, TV e Rádio), nas quais se incluirão apresentações do problema, solução e resultados em forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas para cada campanha, devendo ser de clientes distintos;

II. A licitante deverá apresentar necessariamente, anexo, as peças que integraram a campanha, sendo uma peça para cada um dos meios divulgados (no mínimo, as peças dos dois veículos exigidos no subitem 5.1.2., inc. I);

II. a) As peças devem ser colocadas após as duas páginas do texto descritivo do repertório/case; não serão aceitos textos explicativos acompanhando as peças em questão, a não ser as palavras indicando do que se tratam (ex: Jornal ou Revista, Outdoor, TV, Rádio, etc).

II. b) Não há limite de páginas para as peças que ilustram/compõem o repertório, apenas para o texto descritivo do case.

III. Além dos cases, a licitante deverá apresentar 6 (seis) peças isoladas produzidas para clientes diferentes (sendo uma para cada meio: Jornal, Revista, Outdoor, TV, Rádio e Internet), devendo ser apresentada uma ficha técnica sucinta, com um texto de no máximo dez linhas do problema que cada peça se propôs a resolver e menção de pelo menos um veículo / espaço que a divulgou / exibiu / expôs (não sendo permitido material de distribuição interna. A divulgação/exibição/exposição deverá sempre ser através de mídia de massa).

IV. Vídeo deverá ser fornecido em forma de CD ou DVD; spot e/ou jingle em CD; outdoor, anúncio de revista, anúncio de jornal e internet/banner em layouts com textos legíveis;

V. Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

VI. A Comissão Permanente de Licitação poderá solicitar, a qualquer momento, aos clientes citados nos cases ou nas peças apresentadas no repertório, confirmação desses trabalhos.

VII. As campanhas não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de São Desidério/BA.

## **6 - O INVÓLUCRO Nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS**

6.1. - A Proposta de Preços deverá ser elaborada em conformidade com as condições estabelecidas neste Edital, digitada, sem emendas, rasuras ou entrelinhas que venham a ensejar dúvidas, reconhecendo assim, a plena aceitação e aplicação das normas e critérios deste Edital e conter os seguintes elementos:

I. Modalidade e o número desta licitação;

II. Indicação da empresa: razão social, endereço completo, e-mail, telefone e fax atualizado da proponente, para facilitar possíveis contatos;

III. Validade da proposta, que deverá ser de 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura da licitação;

IV. Assinatura do representante legal da empresa com carimbo do CNPJ-MF em todas as vias devidamente identificadas.

6.2. - A Proposta de Preços (Anexo II) será apresentada mediante preenchimento da Planilha de Preços, sujeitos à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nas alíneas "a" e "b" inframencionadas, compreendendo:

a) Percentual de desconto sobre os preços internos baseados nos custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia (SINAPRO/BA), limitado a 40% (quarenta por cento) (Anexo III);

b) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

6.3.- Caso alguma participante conceda desconto ou proponha honorários acima dos limites estabelecidos, será desclassificada.

6.4. - Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados à Agência vencedora mediante o "desconto padrão" de 20% concedido pelos veículos de divulgação de acordo com o Parágrafo Único do art. 11, da Lei nº 4.680/65 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

6.5. - A licitante deverá apresentar declaração, anexa à Proposta de Preços, na qual:

6.5.1. - Tratará a questão dos direitos autorais, estabelecendo a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais

materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato. (Anexo XII)

6.5.2. - O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, para os direitos de imagem de som e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de utilização e ou possível reutilização em peças publicitárias para a Prefeitura Municipal de São Desidério/BA.

6.5.3. - Garantirá a transferência à Prefeitura Municipal de São Desidério/BA de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a Veículos e a Fornecedores.

6.6. - A Comissão Permanente de Licitação não considerará as propostas que não atenderem a todas as exigências deste Edital e às condições da licitação.

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

## **7. DOS PROCEDIMENTOS DAS SESSÕES**

7.1. - Os 03 (três) invólucros com as Propostas Técnicas e a Proposta de Preços, contida em cada Invólucro, serão entregues à Comissão Permanente de Licitação na data, local e horário determinados no preâmbulo do Edital.

7.1.1. - Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de preços.

7.1.2. - Os invólucros padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

7.1.3.- A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

7.1.4 - Será desclassificada a licitante cujos documentos pertinentes ao Invólucro nº 01 contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, bem como se o Invólucro nº 03 também contenha alguma referência que possa identificar o conteúdo do Invólucro nº 01, antes da abertura do Invólucro n.º 02.

7.2. - O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura do invólucro com a via não identificada do plano de comunicação e do invólucro nº 03 - conjunto de informações, em sessão pública, pela Comissão Permanente de Licitação; rubrica no fecho dos envelopes nºs 02 e 04, e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no respectivo fecho pela CPL e pelos representantes das licitantes;

II - encaminhamento dos invólucros nºs 01 e 03 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento no prazo de 10 (dez) dias úteis;

III - análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto nos itens 4.3 e 4.4;

IV - elaboração de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes ao conjunto de informações, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros de nº2 com a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com a indicação das proponentes desclassificadas e das classificadas pela ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art.164, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021. Transcorrido o prazo recursal, ou julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Contratação Licitação marcará nova data para a abertura dos invólucros n.º 04 contendo a Proposta de Preços;

IX - se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro da via identificada da Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária;

X - abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto na alínea “c”, inc. XXXVIII do art. 6º, Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, para licitações do tipo “técnica e preço”;

XI - publicação do resultado do julgamento e classificação final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art. 164 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021;

XII - transcorrido o prazo recursal, convocação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XIII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação das licitantes em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIV - decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes e abertura do prazo para interposição de recurso, no termo do art. 164, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021;

XV - reconhecida a habilitação das licitantes, será homologado o procedimento e adjudicando o objeto licitado à licitante classificada em primeiro lugar na classificação final, que for habilitada.

## **8- INVÓLUCRO N° 05 - HABILITAÇÃO**

8.1. - Os documentos exigidos no invólucro 05 - "HABILITAÇÃO" deverão ser apresentados todos em 01 (uma) via, respectivamente, devendo ser em original ou por qualquer processo de cópia devidamente autenticada por Cartório competente, ou pelo servidor da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA ou publicação em órgão de imprensa oficial. Deverão ser encadernados sequencialmente de acordo com os itens do Edital, sem emendas (ex.: números sobrepostos) ou rasuras (ex.: uso de corretivos líquidos). Caberá à Comissão Permanente de Licitação solicitar, a qualquer momento, os originais para confrontação, em caso de dúvida.

#### **8.1.1.- Habilitação Jurídica (Art. 66 da Lei 14.133/2021)**

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor com todas as alterações, ou contrato social consolidado devidamente registrado no órgão competente. Neste último caso quaisquer alterações após a consolidação deverão ser apresentadas;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.
- e) Documentação (Identidade e CPF) dos sócios ou proprietário.

limites estabelecidos.

#### **8.1.2.- HABILITAÇÃO TÉCNICA (Art. 67 da Lei 14.133/2021)**

- a) Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto deste Edital.
- b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- c) Comprovante/Declaração de registro ou inscrição da agência licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei nº 14.133/2021.
- d) O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pelo Comissão de Contratação.
- e) Declaração de indicação do pessoal técnico, das instalações e do aparelhamento adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada membro da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos. **(ANEXO VII)**
- f) Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação. **(ANEXO IX)**

#### **8.1.3. HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA (Art. 68 da Lei 14.133/2021)**

- a) Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ, expedida a menos de 30 dias.

- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal da sede da licitante, expedida a menos de 30 dias.
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal da sede da licitante.
- d) Certidão de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS.
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- f) Caso o licitante seja considerado isento dos tributos municipais relacionados ao objeto licitatório, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda Municipal do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.
- g) A comprovação da regularidade fiscal deverá ser efetuada mediante a apresentação das competentes certidões negativas de débitos, ou positivas com efeitos de negativas.
- h) Cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal **(ANEXO X)**

#### **8.1.4. HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA (Art. 69 da Lei 14.133/2021)**

- a) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou, na omissão desta, expedida a menos de 30 dias contados da data da sua apresentação.
- b) Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, **vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios**, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta. O balanço e a DRE deverão estar assinados pelo contador (registrado no Conselho Regional de Contabilidade) e pelo Titular ou Representante legal da empresa e devidamente registrado no órgão competente.
- c) No caso de empresa constituída no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da sociedade
- d) É admissível o balanço intermediário, se decorrer de lei ou contrato/estatuto social.
- e) As empresas enquadradas no regime de “Lucro Real” deverão apresentar balanço patrimonial, com termo de abertura e encerramento, recibo de entrega de escrituração contábil digital (ECD) e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais pelo Sistema Público de Escrituração Digital (SPED) nos termos da Instrução Normativa da Receita Federal nº 787/07.

#### **8.1.4. OUTROS DOCUMENTOS RELATIVOS A HABILITAÇÃO:**

8.1.4.1. Certidão da Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica, referente ao TCU - Inidôneos - Licitantes Inidôneos; CNJ - CNIA - Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade; Portal de Transparência - CEIS - Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas e CNEP - Cadastro Nacional de Empresas Punidas, através do site (<https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>), conforme artigos 22 e 23 da Lei Federal nº 12.846/13 (Lei anticorrupção).

- a) Declaração que não possui vínculo com servidor público (ANEXO VIII);
- b) Declaração de enquadramento (ANEXO XI);
- c) Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da previdência social, previstas em lei e em outras normas específicas (ANEXO XII);
- d) As declarações exigidas que atendem aos requisitos de habilitação, o declarante responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei.

## 9. - DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 - O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos nos invólucros n.º 01 e 03, da Proposta Técnica das licitantes, conforme as regras de julgamento que são apresentadas a seguir.

9.1.1.- Para efeitos deste Edital, será desclassificada a Proposta Técnica que não atingir, pelo menos, 70 (setenta) pontos, equivalentes a 70% (setenta por cento) da pontuação máxima possível.

9.1.2.- Para julgamento do critério de qualidade técnica da proposta, a avaliação do Plano de Comunicação Publicitária será feita pela Subcomissão Técnica de Licitação, especialmente constituída para esse fim, no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da data da abertura dos invólucros n.ºs 01 e 03 contendo a Proposta Técnica.

9.1.3.- A falta de qualquer dos documentos exigidos para a Proposta Técnica ou sua apresentação em desacordo com o presente Edital, implicará na desclassificação da proposta.

9.1.4.- Na apreciação das Propostas Técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida pelas licitantes, sendo certo que poderá receber um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

9.1.4.1.- Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 60 (sessenta) pontos no total).

I - Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos (cabendo a cada item 2,5 (dois virgula cinco) pontos), relativos a:

- a) Conhecimento das características gerais do cliente;
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;
- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Comunicação da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA com seus públicos;
- d) Acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA no atual contexto social, político e econômico.

II - Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 20 (vinte) pontos (cabendo no máximo 05 (cinco) pontos a cada item), relativos a:

- a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;
- b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Administração Pública Municipal com seus públicos.

III - Ideia criativa - máximo de 20 (vinte) pontos (cabendo no máximo 2,5 (dois virgula cinco) pontos a cada item), relativos a:

- a) A sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente;
- 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) A sua pertinência às atividades do cliente 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.

IV - Estratégia de mídia - máximo de 10 (dez) pontos (cabendo 02 (dois) pontos a cada item), relativos a:

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- 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 São Desidério.

9.1.4.2. - Conjunto de Informações (máximo de 40 (quarenta) pontos no total) relativos a:

I - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 (dez) pontos, cabendo no máximo, 2,5 (dois virgula cinco) pontos a cada item), relativos a:

a - Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência;

b - Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços;

c - Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA e a licitante, esquematizado na Proposta;

d - Experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste edital;

II – Repertório (máximo de 30 (trinta) pontos no total), relativos a:

II. 1) Relatos de Cases (máximo de 15 (quinze) pontos, cabendo às alíneas “a”, “b” e “c”, no máximo 03 (três) pontos e à alínea “d”, no máximo, 06 (seis) pontos)

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.

II. 2) Peças Isoladas (máximo de 15 (quinze) pontos, cabendo, no máximo, a cada item 05 (cinco) pontos)

a – A ideia criativa e sua pertinência;

b – A clareza da exposição;

c – A qualidade da execução e do acabamento.

9.1..5. – A Nota da Proposta Técnica (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 11.

## **10 - DO CRITÉRIO PARA A PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

10.1. - As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

10.2. – A classificação das Propostas de Preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento como indicado no subitem 10.3.1.

10.2.1. Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base nos Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de (um ponto e meio para cada 1% (um por cento) de desconto e limitado a 40% (quarenta por cento) do valor da tabela).

10.2.2. Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão (oito pontos para cada 1% de desconto sobre os 15% originais, até o limite de 5% de desconto).

10.3. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras empresas licitantes.

10.3.1. A avaliação da Proposta de Preços será de, no máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da Proposta de Preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

| <b>A – Desconto sobre os preços internos do referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de . (Até 60 (sessenta) pontos)</b>  |                   |                             |
|--|-------------------|-----------------------------|
| A.1 Critério de desconto de 0 (zero) a 40 (quarenta)%, equivalendo 1,5 ponto (um ponto e meio) a cada 1% de desconto. Ex: 0% = zero pontos; 10% = 15 (quinze) pontos; 20% = 30 (trinta) pontos, e assim sucessivamente até 40% = 60 (sessenta) pontos. |                   |                             |
| <b>B – Honorários por serviços de terceiros (Até 40 (quarenta) pontos)</b>   |                   |                             |
| B.1. Remuneração entre 10% a 15% (honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos).   |                   |                             |
| Honorários a serem aplicados   | Pontos Concedidos | Total da Pontuação Auferida |
| 15%  | Zero ponto        | Zero                        |
| 14%  | 1 ponto           | Oito                        |
| 13%  | 2 pontos          | Dezesseis                   |
| 12%  | 3 pontos          | Vinte e Quatro              |
| 11%  | 4 pontos          | Trinta e Dois               |
| 10%  | 5 pontos          | Quarenta                    |

10.4. – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a Comissão Permanente de Licitação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação e os encaminhará para homologação do resultado do julgamento, e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

10.5. – A nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 11.

10.6. – Serão desclassificadas as propostas que:

I - Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

II- Apresentarem percentual de desconto superior a 40% (quarenta por cento) sobre os preços internos, baseados nos custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de (SINAPRO/);

III - Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento) pertinentes a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores;

IV - Apresentarem percentuais de repasse, se e quando for o caso, fora dos limites constantes do Anexo "B" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

## 11 - DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

11.1. - O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito mediante aplicação da seguinte fórmula:  $NF = (NPT \times 7 + NPP \times 3)$ , onde: 10

NF = Nota Final/ NPT = Nota da Proposta Técnica/ NPP = Nota da Proposta de Preços.

$$\frac{(NPT \times 7) + (NPP \times 3)}{100}$$

100

11.2. - A classificação final será realizada com base no valor da Avaliação Final, classificando-se em primeiro lugar a proponente que obtiver a maior média ponderada, em segundo lugar, a que obtiver a segunda maior média ponderada e, assim, sucessivamente.

11.3. - Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso; e se o licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

11.4. - Não serão levadas em consideração vantagens não previstas neste Edital, nem ofertas de redução sobre a proposta que melhor atenda aos interesses da Administração Pública Municipal.

11.5.- Em caso de empate, a agência vencedora será aquela que tiver a maior Nota (global) na Proposta Técnica. Ainda permanecendo empate, a maior nota no cômputo da soma do disposto no subitem 9.1.4.2, inc. II, e subincisos II.1 e II.2, do Repertório. Continuando o empate, por sorteio.

11.6.- A classificação das Propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a licitante que for habilitada mais bem classificada na nota final. A Prefeitura Municipal não se obrigará a investir totalmente as verbas estimadas em contrato, pois poderá de acordo com seus interesses de planejamento, não utilizá-las integralmente.

11.7.- As Agências participantes devem anexar declaração junto à proposta de preços de que se comprometem a reverter à CONTRATANTE parcela do "Desconto de Agência" a que fazem jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 4.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão, se e quando for o caso, na hipótese da Prefeitura Municipal de São Desidério/BA atingir esses limites:

### ANEXO "B"

#### SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

#### INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA

#### PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE

Até R\$ 2.500.000,00, n. Nihil.

De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00, até 2% (dois por cento) do investimento bruto

De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00, até 3% (três por cento) do investimento bruto.

De R\$ 25.000.000 em diante, até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

## **12 - DAS IMPUGNAÇÕES E DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS**

12.1. – Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.

12.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do

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

12.3.1. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo agente de contratação, nos autos do processo de licitação.

12.4. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

## **13 - DA EXECUÇÃO DO CONTRATO**

13.1. - O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas constantes da minuta em apenso, cronograma de atividades e demais disposições legais, respondendo cada uma pelas consequências de seu inadimplemento ou descumprimento, total ou parcial (Anexo IV).

13.2. - Os casos omissos serão resolvidos de acordo com as normas de regência do certame.

13.3. - Todo o material produzido pela licitante vencedora e de titularidade dela, pago pela CONTRATANTE será de propriedade da Prefeitura Municipal de São Desidério, ficando sua utilização sujeita às determinações da legislação de direitos autorais.

13.4. - A empresa declarada vencedora será convidada a assinar o contrato cuja minuta faz parte integrante desta licitação (Anexo IV), o que deverá ocorrer dentro de 03 (três) dias da convocação, na forma do Artigo 90 da Lei n.º 14.133/2021, podendo ser o prazo prorrogado por igual período, se for o caso, sob pena de decair do direito à contratação e ser convocada a licitante a seguir classificada, se convier à Administração, e assim sucessivamente.

13.5. - A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) da quantidade inicialmente estimada.

## **14 - DAS SANÇÕES**

14.1. - Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 30% (trinta por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1 alínea “a”, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências: 0,5%

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

14.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pelo LICITANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar

as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula constante da Minuta de Contrato .

## **15 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

15.1. - As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão às contas dos recursos específicos constantes das dotações orçamentárias seguintes:

### **UNIDADE: 02.01.000 – GABINETE DO PREFEITO**

**Projeto/Atividade:** 4.122.002.2.002 – Gestão das Ações do Gabinete do Prefeito

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

### **UNIDADE: 02.02.000 – SEC. MUN. DE ADMINISTRAÇÃO, PLANEJAMENTO, FINANÇAS E ORÇAMENTO**

**Projeto/Atividade:** 4.122.003.2.006 – Gestão das Ações da Sec. Mun. de Adm., Planejamento, Finanças e Orçamento

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

### **UNIDADE: 02.03.000 – SEC. MUN. DE INFRAESTRUTURA, TRANSPORTE E SERVIÇOS PÚBLICOS**

**Projeto/Atividade:** 15.451.004.2.011 – Gestão das Ações da Sec. Mun. de Infraestrutura, Transporte e Serviços Públicos

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

### **UNIDADE: 02.04.000 – SEC. MUN. DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO**

**Projeto/Atividade:** 20.606.005.2.064 – Gestão das Ações da Sec. Mun. de Agricultura e Desenvolvimento Econômico

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

### **UNIDADE: 02.05.000 – SEC. MUN. DE MEIO AMBIENTE E TURISMO**

**Projeto/Atividade:** 18.541.006.2.061 – Gestão das Ações da Sec. Mun. de Meio Ambiente e Turismo

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

### **UNIDADE: 02.07.000 – SEC. MUN. DE ESPORTE, CULTURA E LAZER**

**Projeto/Atividade:** 27.812.008.2.069 – Gestão das Ações da Sec. Mun. de Esporte, Cultura e Lazer

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

**Projeto/Atividade:** 13.392.008.2.070 – Gestão das Ações de Apoio às Festas Cívicas, Populares, Religiosas e Culturais

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

**Projeto/Atividade:** 27.813.008.2.074 – Gestão das Ações de Natureza Esportivas e Recreativas

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

**UNIDADE: 02.08.001 – FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE**

**Projeto/Atividade:** 10.301.009.2.034 – Gestão das Ações dos Serviços de Saúde- Rec. Próprios (15%)

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15001002

**Projeto/Atividade:** 10.301.009.2.041 – Gestão das Ações das Unidades Básicas de Saúde- UBS

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15001002

**UNIDADE: 02.09.001 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL**

**Projeto/Atividade:** 8.122.010.2.50– Gestão Administrativa do Fundo de Assistência Social

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

**Projeto/Atividade:** 8.245.010.2.051 – Bloco da Proteção Social Especial de Média e Alta Complexidade (MAC)

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

**Projeto/Atividade:** 8.245.010.2.052 – Bloco da Proteção Social Básica

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

**Projeto/Atividade:** 8.122.010.2.053 – Bloco de Gestão do Programa Bolsa Família e Cdastró Único

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15000000

**UNIDADE: 02.06.002 – FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO**

**Projeto/Atividade:** 12.361.007.2.023 – Gestão das Ações do Ensino Fundamental-MDE 25%

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 15001001

**Projeto/Atividade:** 12.361.007.2.032 – Gestão das Ações do Fundo Municipal de Educação

**Elemento:** 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros -Pessoa Jurídica

**Elemento:** 3.3.90.40.00 – Serviços de Tecnologia de Informação Comunicação-Pessoa Jurídica

**Fonte:** 150000000

15.1.1. – Ocorrendo a prorrogação do contrato nos termos do art. 57, inc. II, da Lei n.º 14.133/2021, a Prefeitura Municipal incluirá na dotação dos exercícios seguintes, os valores necessários ao atendimentos das despesas decorrentes de tal prorrogação.

**16 - DO PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:**

16.1. - O prazo de execução dos serviços constantes deste Edital será de 12 (doze) meses, a contar da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado mediante Termo Aditivo, na forma prevista no art. 106 e 107, da Lei 14.133/2021, por iguais e sucessivos períodos, a critério da Administração, limitados a 10 (dez) anos.

16.2. - A licitante vencedora ficará obrigada a providenciar a revisão, sem ônus para a Prefeitura Municipal o serviço que vier a ser recusado, sendo que o ato de recebimento não importará sua aceitação.

16.3. - Independentemente da aceitação dos serviços, a CONTRATADA garantirá a qualidade dos mesmos obrigando-se a refazer ou a providenciar o refazimento, daquele que estiver em desacordo com a proposta com o que for autorizado pela Prefeitura Municipal de São Desidério/BA.

## **17 - DOS PREÇOS E DO PAGAMENTO:**

17.1 - A Prefeitura Municipal de São Desidério/BA poderá investir em publicidade, através da agência vencedora desta licitação, até o valor máximo de R\$ 1.056.026,40 (um milhão cinquenta e seis mil, vinte e seis reais e quarenta centavos), aí incluídos quaisquer custos, internos ou externos, honorários e outros necessários à execução do contrato.

17.2. - Pelos serviços prestados, constantes neste Edital, a CONTRATADA será remunerada na forma prevista e especificada na Proposta de Preços, por ela oferecida, sendo que os pagamentos serão efetuados no prazo de 15 (quinze) dias úteis após o recebimento das respectivas Notas Fiscais.

17.3. - O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da Prefeitura Municipal, comprovantes dos serviços realizados e, sempre que possível, serviço de checagem.

## **18. DA RETIRADA DO EDITAL**

18.1. Este Edital será fornecido de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

➔ [www.gov.br/pncp](http://www.gov.br/pncp) (Obrigatório)

➔ [www.saodesiderio.ba.gov.br](http://www.saodesiderio.ba.gov.br)

4.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

## **19. DOS RECURSOS**

19.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão de Contratação, protocolizada no setor/endereço do anunciante, de segunda a sexta-feira, no horário de 8:00 h às 17:00 h.

19.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

19.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

19.4 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

19.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão de Contratação.

19.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação, motivadamente e se houver interesse, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

## **20. GARANTIA DE EXECUÇÃO**

20.1 As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula da Minuta de Contrato.

## **21. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

21.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras.

21.2 Serão vencedoras desta concorrência a licitante que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;
- c) tenham sido habilitadas, observadas as disposições deste Edital.

## **22 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:**

22.1. É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

22.2 A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição para a execução do contrato.

22.3 A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas deste Edital.

22.4 Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se a Administração tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

22.4.1 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

22.5 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a Administração

poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeita a signatária do contrato.

22.6 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

22.7 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Administração comunicará os fatos verificados a Procuradoria Jurídica e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

22.8 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021

22.9 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

22.10 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

22.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

22.10.2. A Administração poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

22.11 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

22.12 Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

22.13 Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato;
- e) Anexo V: Termo de Referência;
- f) Anexo VI: Estudo Técnico Preliminar;

- g) Anexo VII: Declaração de instalação, equipamento e pessoal técnico especializado;
- h) Anexo VIII: Declaração de que não possui vínculo com agente público;
- i) Anexo IX: Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- j) Anexo X: Declaração de que não emprega menor de idade;
- k) Anexo XI: Modelo de Declaração de Enquadramento;
- l) Anexo XII: Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

### **23. DO FORO**

29.1 Fica eleito o Foro da Comarca de São Desidério, estado da Bahia, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente, renunciando-se a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

São Desidério BA , 21 de janeiro de 2026.

**João Antônio Rodrigues Linhares**  
Prefeito Municipal

## ANEXO I

### BRIEFING

#### 1 – Introdução.

O presente briefing é peça integrante do Edital de Licitação, na modalidade Concorrência, cujo objeto é a Contratação de 01 (uma) Agência de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade, conforme Lei Federal 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência do Município de São Desidério.

#### 2 – Breve histórico do município de São Desidério.

Histórico estudos revelam que a região oeste na pré-história era habitada por tribos indígenas. A descoberta de sítios arqueológicos, urnas funerárias e pinturas rupestres – que ainda hoje podem ser encontradas em grutas de São Desidério – atesta indícios de vida humana na época das cavernas. Com a divisão do Brasil em Capitânicas Hereditárias, o oeste da Bahia foi inserido, por determinação do Rei de Portugal D. João III, no território de Pernambuco, decisão confirmada em 10 de março de 1534, sob a responsabilidade do donatário Duarte Coelho. D. Pedro I, em 15 de outubro de 1827, assinou o decreto que transformou a região correspondente à Bahia em Campo Largo. No final do século XIX Campo Largo foi desmembrado com a criação de Angical em 1890, e Barreiras em 1891. Devido à localização, São Desidério, Catolândia e Baianópolis pertenciam a Barreiras. O município veio a conquistar sua emancipação política em 22 de Fevereiro de 1962.

- Informações gerais sobre o município de São Desidério.

São Desidério é o segundo maior município da Bahia em extensão territorial, com 15.116,397 mil km<sup>2</sup> e abriga uma população de 32.828 mil habitantes, segundo o censo do IBGE 2022. Lidera também o título de maior PIB Agrícola do País e no ranking nacional detém o título de maior produtor de algodão e o maior produtor de grãos do Norte/Nordeste brasileiro. O município conta com mais de 130 comunidades rurais, além dos distritos de Roda Velha e Sítio Grande. Possui cerca de 3.000 mil km de estradas vicinais que devem estar em boas condições para facilitar o transporte escolar, o escoamento da produção agrícola e a oferta dos serviços públicos de saúde aos postos de saúde, como o transporte da equipe médica. Segundo dados do último censo do IBGE, população é estimada em 32.828 mil habitantes, sendo a maioria dela localizada na zona rural. O município possui uma das maiores e mais ricas bacias hidrográficas do Brasil e se destaca nacionalmente pelo grande potencial na agricultura e turismo.

#### 2.2 – Aspectos gerais.

São Desidério é um município brasileiro do estado da Bahia, com 15.116,397 mil km<sup>2</sup> km<sup>2</sup>

População: 32.828 mil habitantes

Emancipação: 22/02/1962

Gentílico: são-desideriano

Prefeito: João Antônio Rodrigues Linhares (PP)

Slogan de Governo: Tempo de Progresso.

#### 2.3 - Estrutura da Prefeitura de São Desidério

Gabinete do Prefeito

Gabinete Vice-prefeito

Secretaria de Administração, Finanças e Orçamento

Secretaria de Agricultura e Desenvolvimento Econômico

Secretaria de Assistência Social

Secretaria de Cultura, Esporte e Lazer

Secretaria de Educação

Secretaria de Infraestrutura, Obras e Serviços Públicos

Secretaria de Meio Ambiente e Turismo

Secretaria de Saúde

Procuradoria Jurídica

Controladoria Interna

Subprefeitura de Roda Velha

## - Estrutura de Comunicação da Prefeitura de São Desidério

Assessoria de Comunicação:

Assessora de Comunicação – 01

Jornalistas – 02

Fotógrafo – 01

Mídias sociais- 03

### 3- Missão da Prefeitura de São Desidério.

Criar, fortalecer e aprimorar as políticas públicas pautadas no compromisso, ética e transparência, para ofertar à população, principalmente a mais carente, todos os serviços públicos com dignidade e humanização, e assim assegurando sua autonomia e unidade, para uma atuação responsável e socialmente efetiva, a partir dos princípios constitucionais, éticos, de responsabilidade social e cidadania, pautados em padrões elevados de qualidade de vida.

#### 3.1– Visão da Prefeitura de São Desidério.

Transformar o município de São Desidério no melhor município em qualidade de vida do estado da Bahia, levando em conta a saúde, educação, uma boa infraestrutura, desenvolvimento sustentável e cultural de seu povo.

#### 3.2– Valores da Prefeitura de São Desidério.

Ética

Inclusão

Integração

Participação

Transparência

Responsabilidade

Valorização do ser humano

Desenvolvimento sustentável

#### 4- Contextualização Institucional

A Prefeitura Municipal de São Desidério é responsável pela gestão de uma das maiores extensões territoriais do estado da Bahia, localizada no Oeste baiano. O município se destaca não apenas pela riqueza natural, com grutas, rios e paisagens de grande potencial turístico, mas também por uma cultura viva, diversa e profundamente enraizada nas tradições populares de seu povo. As manifestações culturais de São Desidério envolvem festas religiosas tradicionais, grupos de reisado, samba de roda, quadrilhas juninas, artesanato, literatura popular, culinária típica e celebrações comunitárias que perpetuam o patrimônio imaterial do município.

#### 5- A Campanha

A campanha institucional da Prefeitura, a ser desenvolvida pela agência contratada, deve:

Valorizar a identidade cultural e o patrimônio imaterial do município de São Desidério;

Divulgar ações e políticas públicas com linguagem acessível, inclusiva e adaptada aos diferentes públicos locais;

Fortalecer a imagem institucional da Prefeitura, associando-a ao compromisso com a cidadania, a cultura e o desenvolvimento local sustentável;

Estabelecer canais de diálogo com a população, promovendo participação social e sentimento de pertencimento.

#### 6 – Público-Alvo

A comunicação deverá ser planejada considerando múltiplos públicos, incluindo:

Moradores urbanos e rurais;

Povos e comunidades tradicionais;

Jovens, crianças e idosos;

Agricultores familiares, artesãos e artistas locais;

Visitantes e turistas em potencial;

Servidores públicos e agentes culturais.

A linguagem deve ser adequada ao perfil sociocultural dos segmentos contemplados, valorizando expressões e referências locais.

#### 7- Mensagem Principal

A mensagem a ser transmitida deve girar em torno dos seguintes eixos:

“São Desidério é Cultura Viva.”

“Governo presente, povo participando.”

“Cuidar das tradições é também planejar o futuro.”

“Valorizando nossas raízes, construindo novas histórias.”

#### 8- Diretrizes Criativas

A agência deverá propor peças que traduzam visual e textualmente os seguintes elementos:

Cores, símbolos, expressões e imagens que remetem à identidade cultural do município (como o artesanato, as festas tradicionais, paisagens naturais e manifestações folclóricas);

Integração entre tradição e modernidade, representando o equilíbrio entre o resgate da cultura e a inovação na gestão pública;

Diversidade cultural como vetor de inclusão, pertencimento e orgulho do território.

#### 9- Produtos Esperados

A agência deverá desenvolver campanhas institucionais e peças publicitárias que contemplem:

Criação de conceito e identidade visual das campanhas;

Peças para mídias digitais e redes sociais (cards, vídeos curtos, animações);

Spots para rádio comunitária e chamadas para TV;

Impressos institucionais e educativos (folders, banners, cartazes, materiais escolares);

Vídeos institucionais e documentais, destacando aspectos culturais, ações da gestão e depoimentos da população;

Campanhas sazonais (juninas, festas de padroeiros, eventos culturais e cívicos).

#### 10- Veiculação e Canais

Os materiais deverão ser pensados para veiculação em:

Redes sociais oficiais da Prefeitura (Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp institucional);

Rádios locais e comunitárias;

TV aberta/regional;

Impressos distribuídos em escolas, postos de saúde, CRAS e pontos turísticos;

Eventos culturais, feiras, exposições e festividades populares.

#### 11. Avaliação de Propostas Técnicas

As propostas apresentadas pelas agências serão avaliadas, prioritariamente, com base nos seguintes critérios:

Criatividade e adequação cultural;

Clareza na transmissão da mensagem institucional;

Capacidade de atingir públicos diversos com linguagem acessível;

Inovação e viabilidade na execução;

Respeito aos valores locais e identitários de São Desidério;

#### 12 – Desafios.

Mostrar e despertar na população sobre o conceito e importância da identidade cultural, afim de preservar as nossas manifestações culturais.

#### 13 – Período.

O Plano de Comunicação deverá ser executado de xxxxxxxxxxxx

#### 14- Verba disponível.

R\$ 1.056.026,40 (um milhão cinquenta e seis mil vinte e seis reais e quarenta centavos)

## ANEXO II MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº XX / ano.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

Ob,servação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação

### ANEXO III MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

À

Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº XX / ano

1. Preços sujeitos a valoração

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

<se for o caso>

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento) ;<sindicato ao qual a licitante está filiada>

NOTA EXPLICATIVA – Considerado o perfil do anunciante, com base no volume do investimento em mídia previsto para a execução contratual, o edital poderá estabelecer que a contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, com base na alínea 'b' do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, observado o disposto nos subitens 3.11 e 3.12 da mesma norma, sendo sua adoção uma exceção, necessariamente precedida de demonstração de que sua supressão inviabiliza a execução dos serviços, considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública.

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo: .....% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;<complementar o texto, se for o caso, com:> exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <se for o caso> cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento)

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de ..... (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

## 2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.2 Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

## ANEXO IV MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº ...../.....,  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº ...../.....,  
CONCORRÊNCIA Nº ...../.....,

O MUNICÍPIO DE XXXXXXXXXXXXXXXX, por intermédio do(a) ..... (órgão contratante), com sede no(a) ....., na cidade de ..... /Estado ..., inscrito(a) no CNPJ sob o nº ....., neste ato representado(a) pelo(a) ..... (cargo e nome),, doravante denominado CONTRATANTE, e o(a) ....., inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº ....., sediado(a) na ....., doravante designado CONTRATADO, neste ato representado(a) por ..... (nome e função no contratado), conforme atos constitutivos da empresa **OU** procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta no Processo nº ..... e em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente do Pregão Eletrônico n. .../..., mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

### CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 06/2025, do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

1.2 Aplicam-se ao Briefing

1.3 Aplicam-se ao Termo de Referência;

1.4 Ao Estudo Técnico Preliminar.

### CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;

c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e

d) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, <se for o caso, acrescentar:> promover a venda de produtos e serviços, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4 A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5 Para a execução dos serviços, a CONTRATANTE observará os procedimentos de seleção interna entre as agências contratadas, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este instrumento, cuja metodologia foi publicada no <veículo da imprensa oficial>, de <data>, páginas XX a XX, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010, <se for o caso> disponível na internet no endereço <endereço eletrônico do anunciante>.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA**

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1 A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser efetuada pela CONTRATANTE.

#### **CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1 O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº XX / ano, que deu origem a este instrumento, está estimado em R\$ XX,XX (por extenso), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de ano consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

a) XX.XXX.XXXX.XXXX.XXXX <se o anunciante for participante do orçamento fiscal ou da seguridade, consultar exemplo no subitem 4.1.3 do Manual Técnico de Orçamento de 2023 do Ministério do Planejamento e Orçamento>

<ou quando for o caso>

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de ano está consignado no Programa de Dispêndios Globais (PDG), aprovado pelo DEST, referente à(s) seguinte(s) dotação(ões) destinada(s) à publicidade de Utilidade Pública, Mercadológica ou Institucional:

a) XXXX <se o anunciante for participante do Programa de Dispêndios Globais (PDG), obter informações no link <http://www.planejamento.gov.br/assuntos/empresas-estatais/dados-e-estatisticas/programa-de-dispendios-globais-pdg>>

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

<ou quando for o caso>

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no Programa de Dispêndios Globais, a(s) dotação(ões) necessária(s) ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1 Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2 A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5 No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

#### **CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

5.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de XX (por extenso) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no estado, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:<prazo máximo recomendado: 30 dias corridos>

<as quantificações e qualificações a seguir devem estar adequadas às necessidades de comunicação publicitária do anunciante, como por exemplo:>

01 (um) Diretor Geral: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em gestão de equipes;

01 (um) Diretor de Atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na função;

02 (dois) profissionais de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 01 (um) ano, em atendimento de publicidade;

01 (um) profissional de atendimento para o meio internet: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 01 (um) ano, em atendimento de publicidade digital;

01 (um) profissional de planejamento e pesquisa: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em planejamento de comunicação e marketing;

01 (um) Diretor de Criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na direção de criação publicitária;

02 (duas) duplas de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 02 (dois) anos, na criação/redação publicitária;

01 (uma) dupla de criação para o meio digital: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 01 (um) ano, na criação/redação publicitária;

02 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): possuir experiência comprovada, de no mínimo 02 (dois) anos, em produção;

01 (um) Diretor de Mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em planejamento e execução de mídia;

02 (dois) profissionais de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada em planejamento e execução de mídia;

01 (um) profissional de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada em planejamento e execução de mídia digital.

<se for do interesse do órgão/entidade, estabelecer e descrever a seguir a estrutura e atribuições do Núcleo de Mídia ou, se for o caso, Núcleo de Mídia e de Inteligência Digital, a ser constituído e

mantido pelas agências contratadas, de acordo com as necessidades de comunicação publicitária do anunciante>

5.1.2.2 Constituir e manter, em parceria com as outras agências contratadas em decorrência da concorrência que deu origem a este instrumento, a suas expensas, um <Núcleo de Mídia>, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos.

5.1.2.3 O <Núcleo de Mídia>:

i) funcionará sob as orientações da CONTRATANTE, em consonância com as rotinas e práticas acordadas entre ela e as agências contratadas;

deverá ter infraestrutura operacional adequada e funcionários qualificados, contratados e mantidos pelas agências, com sistema de informação capaz de garantir o gerenciamento de todos os processos de trabalho relacionados às suas atividades, com o seguinte quadro mínimo de profissionais e respectivas qualificações mínimas:<informar e descrever quadro e atribuições de acordo com a necessidade do órgão/entidade>

As questões vinculadas à constituição, gestão administrativa, manutenção, estrutura física e recursos operacionais do núcleo de mídia, bem como à dinâmica de divisão das despesas decorrentes das atividades por ele desempenhadas, serão de responsabilidade das contratadas, mediante acordo por elas firmado.

O uso de espaço físico nas dependências do órgão ou entidade contratante, para a instalação do núcleo de mídia, observará as orientações do órgão ou entidade e a legislação que rege a matéria.

5.1.3 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Referências de Custos (SIREF), mantido pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria Geral da Presidência da República, de que trata o art. 20 da Portaria SECOM/MCOM nº 5.318/2022, aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

NOTA EXPLICATIVA – Art. 14, §§1º e 2º, Lei nº 12.232/2010.

5.1.7.2 A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5 A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7 As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II – algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9 Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9.1.1 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2 Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.9.1.3 Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

<avaliar a pertinência da inclusão da exigência estabelecida no subitem 5.1.13>

5.1.13 Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

- a) manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1 O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a CONTRATANTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

5.1.14 Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais

vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12. <se for o caso:> e 5.1.13.

5.1.15 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

<as exigências estabelecidas nos subitens 5.1.16 a 5.1.17.2 ficam a critério do anunciante>

5.1.16 Entregar à CONTRATANTE, até o dia XX (<por extenso>) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.17. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a CONTRATADA e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.17.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela CONTRATADA à CONTRATANTE após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

5.1.17.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de XX (<por extenso>) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.18 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.19 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.20 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.21 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.22 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

NOTA EXPLICATIVA – Art. 92, XVI, Lei nº 14.133/2021.

5.1.23 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.24 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.25 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os

encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.26 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.27 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.28 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.29 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.29.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

<no caso de anunciante da Administração Indireta, acrescentar o subitem abaixo:>

5.1.29.2 Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a "Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses" assinada pela CONTRATADA.

5.1.30 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.31 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.32 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.32.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.33 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.34 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

## **CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

6.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

6.2 A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3 A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

## **CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

7.1.1 Fica nomeado como Gestores deste Contrato o Sr. Edson Lopes de Menezes e Silvio de Santana Neto, a quem caberá designar o fiscal para o acompanhamento do fiel cumprimento dos termos acordados. A fiscalização e o acompanhamento da execução deste instrumento ficarão a cargo do Sr<sup>a</sup> Adinete Batista dos Santos, Portaria nº 262/2025 de 17/01/2025, que verificará a sua perfeita execução e o fiel cumprimento das obrigações contratadas. Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

7.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5 A autorização, pela CONTRATANTE, dos planos de mídia e dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.10.1 A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da(s) CONTRATADA(S) correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

## **CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

<se for o caso>

8.1.1 .....% (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965. <sindicato ao qual a contratada está filiada>

8.1.1.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.1.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele. <sindicato ao qual a contratada está filiada>

NOTA EXPLICATIVA – Considerado o perfil do anunciante, com base no volume do investimento em mídia previsto para a execução contratual, o edital poderá estabelecer que a contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, com base na alínea 'b' do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, observado o disposto nos

subitens 3.11 e 3.12 da mesma norma, sendo sua adoção uma exceção, necessariamente precedida de demonstração de que sua supressão inviabiliza a execução dos serviços, considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública.

8.1.2 Honorários de .....% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3 Honorários de .....% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;<complementar o texto, se for o caso, com:> exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III) à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1 Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4 Honorários de .....% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <se for o caso> cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 A CONTRATADA não fará jus:

<se for o caso>

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

NOTA EXPLICATIVA – Considerado o perfil do anunciante, com base no volume do investimento em mídia previsto para a execução contratual, o edital poderá estabelecer que a contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, com base na alínea 'b' do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, observado o disposto nos subitens 3.11 e 3.12 da mesma norma, sendo sua adoção uma exceção, necessariamente precedida de demonstração de que sua supressão inviabiliza a execução dos serviços, considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública.

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o

desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

NOTA EXPLICATIVA – Alínea ‘c’ do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, observado o disposto nos subitens 3.11 e 3.12 da mesma norma.

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

NOTA EXPLICATIVA – Em analogia à alínea ‘c’ do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, observado o disposto nos subitens 3.11 e 3.12 da mesma norma.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <se for o caso> cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

NOTA EXPLICATIVA – Alínea ‘c’ do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, observado o disposto nos subitens 3.11 e 3.12 da mesma norma.

e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4 Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1 Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

## CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2 A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

NOTA EXPLICATIVA – Alínea ‘a’ do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, observado o disposto nos subitens 3.11.

<quando for o caso, acrescentar os subitens 9.2.1 e 9.2.1.1>

9.2.1 Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1 Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

## **CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

10.1 Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo XX% (por extenso por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples. <percentual recomendado: 50%>

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação

Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos. <adequar de acordo com a previsão>

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo XX% (por extenso por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples. <percentual recomendado: 50%>

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos. <adequar de acordo com a previsão>

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

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

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

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

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

10.5.1 Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável>

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável>

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2 O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3 As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA: <adequar de acordo com as regras de remuneração>

I – execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2 É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.2.2.3 Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

NOTA EXPLICATIVA – Art. 92, V, 14.133/2021 c/c 36, §3º, IN SLTI/MPOG nº 02/2008.

O prazo para pagamento já deve incluir o prazo para o atesto da Nota Fiscal/Fatura, o que, muitas vezes, a depender da natureza do contrato, pode demandar um prazo maior para a análise pela Administração.

Dessa forma, levando isso em conta, o órgão deve fixar um prazo razoável - respeitado o limite máximo de 30 (trinta) dias -, que contemple não apenas o prazo de processamento do pagamento em si, mas também o tempo necessário para o procedimento de atesto.

<quando houver previsão de veiculação no exterior, acrescentar o subitem:>

11.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo XX% (por extenso por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;<percentual recomendado: 20%>

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos XX% (por extenso por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;<percentual recomendado: 30%>

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta on-line, no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1 Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

AF =  $[(1 + \text{IPCA}/100)N/30 - 1] \times \text{VP}$ , na qual:

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

AF: Atualização financeira;

VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1 Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela CONTRATADA relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.8.2 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.9 A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até XX (por extenso) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora. <prazo de pagamento recomendado: 10 dias>

11.10.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o número ordinal por extenso dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior. <prazo recomendado: décimo dia de cada mês>

11.10.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.11 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

## CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

NOTA EXPLICATIVA – Art. 96, Lei nº 14.133/2021.

12.1 A CONTRATADA, no prazo de XX (por extenso) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a XX% (por extenso por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato. <prazo para prestar garantia recomendado: 20 dias> <Art.98 da Lei nº 14.133/2021- o percentual sobre o valor estimado não pode ser superior a 5%>

12.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da CONTRATANTE, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela CONTRATADA.

12.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a CONTRATANTE a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2 Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

seguro-garantia;

fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de XX (por extenso) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;<acrécimo recomendado: 90 dias>

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de XX (por extenso) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;<acrécimo recomendado: 90 dias>

NOTA EXPLICATIVA – Instrução Normativa MP nº 2/2016.

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7 A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.

12.7.1 A modalidade segura garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

12.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de XX (por extenso) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE. <prazo máximo recomendado: 10 dias úteis>

12.11 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo XX (por extenso) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE. <prazo máximo recomendado: 10 dias úteis>

12.12 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.13 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de XX (por extenso) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo. <prazo máximo recomendado: 15 dias>

12.14 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de XX (por extenso) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas. <prazo recomendado: 90 dias>

NOTA EXPLICATIVA – Portaria nº 128/2014 do Tribunal de Contas da União.

12.14.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir. <adequar de acordo com a previsão>

12.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1 Aceita pela CONTRATANTE, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

#### CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

<sanções a serem estabelecidas de acordo com as especificidades do anunciante>

NOTA EXPLICATIVA – Art. 155 c/c 121, da Lei nº 14.133.

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Impedimento para licitar e contratar;

III – Multa de mora e multa compensatória;

IV - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;

V - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado pela CONTRATANTE.

13.1.3.1 A CONTRATANTE comunicará, por escrito, à CONTRATADA que a sanção foi registrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 e as multas serão aplicadas pelo gestor, fiscal ou autoridade competente deste contrato;

II - caberá ao autoridade competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro do Ministério ao qual o anunciante está subordinado ou vinculado.

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

11.3.1 A falha na execução contratual restará configurada quando:

11.3.1.1 A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

<pontos a serem estabelecidos de acordo com as especificidades da contratante, conforme exemplo abaixo>

| Grau da infração | Quantidade de pontos atribuídos |
|------------------|---------------------------------|
| Leve             | 1 ponto por infração            |
| Média            | 2 pontos por infração           |
| Grave            | 3 pontos por infração           |

11.3.1.2 Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 11.3.1.1, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

<conteúdos a serem estabelecidos de acordo as condições específicas da contratante, conforme exemplo abaixo>

| Grau da infração | Correspondência   |
|------------------|---|
| Leve             | Advertência (na primeira infração)  |
|                  | Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço (após a primeira infração). |
| Média            | Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.                              |
| Grave            | Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.                              |

Tabela 3 – Infrações

<o órgão/entidade deve descrever e qualificar as infrações abaixo de acordo com a sua experiência vivenciada em contratos anteriores, consideradas as suas necessidades e expectativas em relação à execução contratual. A tabela abaixo apresenta apenas alguns exemplos baseados na Cláusula Quinta, relativa às obrigações da contratada, lembrando que a relação de infrações deve estar alinhada com a referida cláusula>

| Item | Descrição  | Grau                         | Incidência      |
|------|--|------------------------------|-----------------|
|      | Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.   | Média (passível de correção) | Semestral       |
|      | Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.  | Média (passível de correção) | Por ocorrência. |
|      | Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.   | Grave                        | Semestral       |
|      | Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.                   | Leve (passível de correção)  | Semestral       |
|      | Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE.  | Leve (passível de correção)  | Por ocorrência  |
|      | Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas. | Grave                        | Por ocorrência. |

|  |   |                              |                 |
|--|---|------------------------------|-----------------|
|  | Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.  | Grave                        | Por ocorrência. |
|  | Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.  | Grave                        | Por ocorrência. |
|  | Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.   | Grave                        | Por ocorrência  |
|  | Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE   | Média (passível de correção) | Semestral       |
|  | Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.   | Média (passível de correção) | Por ocorrência  |
|  | Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.  | Grave                        | Por ocorrência  |
|  | Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE.  | Grave                        | Por ocorrência. |
|  | Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.  | Grave                        | Por ocorrência. |
|  | Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.  | Grave                        | Por ocorrência. |
|  | Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.   | Grave                        | Por ocorrência. |
|  | Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.                         | Grave                        | Por ocorrência. |
|  | Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial) | Média (passível de correção) | Por ocorrência. |

|  |   |                             |                 |
|--|---|-----------------------------|-----------------|
|  | Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.  | Grave                       | Por ocorrência. |
|  | Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.                     | Leve (passível de correção) | Por ocorrência. |
|  | Não apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.   | Leve (passível de correção) | Por ocorrência. |
|  | Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau. | Grave                       | Por ocorrência. |
|  | Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE.  | Grave                       | Por ocorrência. |
|  | Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos.   | Leve (passível de correção) | Por ocorrência. |
|  | Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.   | Grave                       | Por ocorrência  |
|  | Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE.  | Grave                       | Por ocorrência. |
|  | Manter, durante a vigência deste contrato, a prestação de serviços de publicidade à empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação da CONTRATANTE. <se for o caso>   | Grave                       | Por ocorrência. |
|  | Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.   | Grave                       | Por ocorrência. |

|  |  |                              |                 |
|--|--|------------------------------|-----------------|
|  | Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.  | Grave                        | Por ocorrência  |
|  | Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.   | Grave                        | Por ocorrência  |
|  | Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.   | Média (passível de correção) | Por ocorrência. |
|  | Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.  | Média (passível de correção) | Por ocorrência  |
|  | Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.   | Média (passível de correção) | Semestral       |
|  | Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.  | Leve (passível de correção)  | Por ocorrência  |
|  | Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.   | Grave                        | Por ocorrência  |
|  | Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado. | Média (passível de correção) | Por ocorrência. |
|  | Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.  | Leve (passível de correção)  | Semestral       |
|  | Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um <Núcleo de Mídia>, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos.  | Média (passível de correção) | Por ocorrência. |
|  | Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.  | Média (passível de correção) | Por ocorrência. |

11.3.1.2.1 As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 11.1.

13.3.2 No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4 A suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a CONTRATADA continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

13.5 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.5.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:

I - XX% (por extenso por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;<percentual recomendado: 0,33%>

II - XX% (por extenso por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da CONTRATANTE, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias. <percentual recomendado: 0,66%>

13.5.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da CONTRATANTE.

13.5.3 A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:

I - XX% (por extenso por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;<percentual recomendado: 1%>

II - XX% (por extenso por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:<percentual recomendado: 1%>

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

III - XX% (por extenso por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de XX% (por extenso por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;<percentual recomendado: 0,07%> <percentual máximo recomendado: 2%>

IV - até XX% (por extenso por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem. <percentual recomendado: 1%>

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5;

II - por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.7 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

NOTA EXPLICATIVA – Art. 165, I, Lei 14.133/2021.

13.7.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5, multa e suspensão do direito de licitar ou

contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 010 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência, o impedimento quanto a participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 e a multa: à autoridade competente, por intermédio do gestor, fiscal ou autoridade competente;

b) impedimento do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Ministro do Ministério ao qual o anunciante está subordinado ou vinculado.

13.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de XX (por extenso) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE. <prazo máximo recomendado: 10 dias corridos>

## **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO**

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei 14.133/2021.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela CONTRATANTE.

14.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

14.3 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da CONTRATADA, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a CONTRATANTE, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1 A CONTRATANTE se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à CONTRATANTE, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

## CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela CONTRATADA, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

15.3 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, §1º da Lei nº 14.133.

15.4 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO**

16.1 Fica eleito o Foro da Comarca de São Desidério, estado da Bahia, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente, renunciando-se a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

NOTA EXPLICATIVA - Art. 92, §1º, Lei nº 14.133/2021

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em XX (por extenso) vias.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

---

João Antônio Rodrigues Linhares  
Prefeito Municipal  
CONTRATANTE

---

Secretário Municipal  
CONTRATANTE

---

Representante legal do CONTRATADO



**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO CNPJ: 13.655.436/0001-60**  
**Praça Emerson Barbosa - SÃO DESIDÉRIO/BA**

TESTEMUNHAS:

1-

2-

## ANEXO V

### TERMO DE REFERÊNCIA

#### 1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1 O objeto da presente concorrência é a Contratação de 01 (uma) Agência de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade, conforme Lei Federal 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência do Município de São Desidério.

| ÍTEM | DESCRIÇÃO                              | QUANTIDADE E ESTIMADA /ANO | VALOR UNITÁRIO | VALOR TOTAL R\$ |
|------|--|----------------------------|----------------|-----------------|
| 1    | CRIAÇÃO DE BANNER                      | 10                         | R\$ 886,20     | R\$ 8.862,00    |
| 2    | CRIAÇÃO CARTAZ                         | 10                         | R\$ 2.881,80   | R\$ 28.818,00   |
| 3    | ENVELOPAMENTO DE VEICULO GRANDE        | 5                          | R\$ 6.293,40   | R\$ 31.467,00   |
| 4    | ENVELOPAMENTO DE VEICULO MÉDIO         | 5                          | R\$ 4.291,80   | R\$ 21.459,00   |
| 5    | ENVELOPAMENTO DE VEICULO PEQUENO       | 5                          | R\$ 2.860,80   | R\$ 14.304,00   |
| 6    | CRIAÇÃO DE FAIXA                       | 30                         | R\$ 559,20     | R\$ 16.776,00   |
| 7    | CRIAÇÃO OUTDOOR                        | 3                          | R\$ 3.371,40   | R\$ 10.114,20   |
| 8    | CRIAÇÃO OUTDOOR DUPLO                  | 2                          | R\$ 7.375,20   | R\$ 14.750,40   |
| 9    | CRIAÇÃO PLACA DE SINALIZAÇÃO           | 20                         | R\$ 700,20     | R\$ 14.004,00   |
| 10   | CRIAÇÃO PÓRTICO                        | 5                          | R\$ 3.939,00   | R\$ 19.695,00   |
| 11   | CRIAÇÃO TESTEIRA                       | 7                          | R\$ 2.320,80   | R\$ 16.245,60   |
| 12   | CRIAÇÃO BACKDROP                       | 7                          | R\$ 1.977,60   | R\$ 13.843,20   |
| 13   | CARTÃO DE VISITA                       | 20                         | R\$ 656,40     | R\$ 13.128,00   |
| 14   | CRIAÇÃO ENVELOPE                       | 1                          | R\$ 729,60     | R\$ 729,60      |
| 15   | CRIAÇÃO FORMULÁRIO/PAPEL CARTA/ OFÍCIO | 1                          | R\$ 858,60     | R\$ 858,60      |
| 16   | CRIAÇÃO FOLHETO/FOLDER/IMPRESSÃO       | 10.000                     | R\$ 5,40       | R\$ 54.000,00   |
| 17   | CRIAÇÃO LIVRO TÉCNICO/MANUAL/CATÁLOGO  | 3                          | R\$ 1.150,80   | R\$ 3.452,40    |
| 18   | CRIAÇÃO REVISTA/EDITORIAL              | 2                          | R\$ 1.376,40   | R\$ 2.752,80    |
| 19   | CRIAÇÃO AUDIOVISUAL/DOCUMENTÁRIO (POR  | 3                          | R\$ 4.543,00   | R\$ 13.629,00   |

|    |  |    |               |               |
|----|--|----|---------------|---------------|
|    | MINUTO)  |    |               |               |
| 20 | CRIAÇÃO JINGLE 30"/TRILHA                                | 2  | R\$ 7.368,00  | R\$ 14.736,00 |
| 21 | CRIAÇÃO FILME/VT INSTITUCIONAL 30"                       | 3  | R\$ 12.191,00 | R\$ 36.573,00 |
| 22 | CRIAÇÃO VÍDEOCLÍPE 1'/TRILHA                             | 3  | R\$ 7.368,00  | R\$ 22.104,00 |
| 23 | STORYBOARD (POR QUADRO)                                  | 10 | R\$ 253,00    | R\$ 2.530,00  |
| 24 | CRIAÇÃO SPOT 30"   | 10 | R\$ 4.609,00  | R\$ 46.090,00 |
| 25 | VT CARTELADO 30" (CRIAÇÃO)                               | 4  | R\$ 4.298,40  | R\$ 17.193,60 |
| 26 | CRIAÇÃO VT CARTELADO 30" BAIXA COMPLEXIDADE              | 5  | R\$ 8.154,60  | R\$ 40.773,00 |
| 27 | CRIAÇÃO DE VT CARTELADO 30" MÉDIA COMPLEXIDADE           | 5  | R\$ 12.232,80 | R\$ 61.164,00 |
| 28 | VT CARTELADO 30" ALTA COMPLEXIDADE                       | 5  | R\$ 18.349,20 | R\$ 91.746,00 |
| 29 | CRIAÇÃO POP /LIGHTBOX                                    | 5  | R\$ 3.066,60  | R\$ 15.333,00 |
| 30 | CRIAÇÃO CONTEÚDO TEXTUAL POR POST                        | 5  | R\$ 2.143,00  | R\$ 10.715,00 |
| 31 | CRIAÇÃO E ANIMAÇÃO DE REELS                              | 5  | R\$ 2.872,00  | R\$ 14.360,00 |
| 32 | CRIAÇÃO E PUBLICAÇÃO DE GIFS PARA STORIES DO INSTAGRAM   | 10 | R\$ 2.143,00  | R\$ 21.430,00 |
| 33 | CRIAÇÃO POST CARROSSEL (ANIMAÇÃO + TEXTO)                | 10 | R\$ 4.964,00  | R\$ 49.640,00 |
| 34 | CRIAÇÃO POST CARROSSEL/JPG + TEXTO)                      | 5  | R\$ 4.121,00  | R\$ 20.605,00 |
| 35 | POST CARROSSEL (ANIMAÇÃO DE GIF)                         | 10 | R\$ 1.072,00  | R\$ 10.720,00 |
| 36 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANIMAÇÃO ALTA COMPLEXIDADE          | 5  | R\$ 4.964,00  | R\$ 24.820,00 |
| 37 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANIMAÇÃO BAIXA COMPLEXIDADE         | 5  | R\$ 2.802,00  | R\$ 14.010,00 |
| 38 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANÚNCIO DE REDES SOCIAIS(GIF+TEXTO) | 5  | R\$ 2.802,00  | R\$ 14.010,00 |
| 39 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/GIF                                 | 5  | R\$ 1.072,00  | R\$ 5.360,00  |
| 40 | CRIAÇÃO RELATÓRIO DE DESEMPENHO DE REDES SOCIAIS         | 10 | R\$ 2.473,00  | R\$ 24.730,00 |
| 41 | CRIAÇÃO CRIAÇÃO POST FACEBOOK                            | 5  | R\$ 4.121,00  | R\$ 20.605,00 |
| 42 | CRIAÇÃO STORY ANIMADO                                    | 5  | R\$ 4.946,00  | R\$ 24.730,00 |
| 43 | CRIAÇÃO STORY ESTÁTICO                                   | 10 | R\$ 4.121,00  | R\$ 41.210,00 |

|    | TELEVISÃO                       |     |              |                  |
|----|---------------------------------|-----|--------------|------------------|
| 44 | VEICULAÇÃO VT 30"               | 10  | R\$ 1.615,00 | R\$ 16.150,00    |
| 45 | VEICULAÇÃO VT 1"                | 20  | R\$ 3.230,00 | R\$ 64.600,00    |
|    | RÁDIO                           |     |              |                  |
| 46 | VEICULAÇÃO SPOT 30" GRAVADO     | 100 | R\$ 12,00    | R\$ 1.200,00     |
| 47 | VEICULAÇÃO SPOT 1" GRAVADO      | 100 | R\$ 24,00    | R\$ 2.400,00     |
| 48 | VEICULAÇÃO SPOT 30" TESTEMUNHAL | 50  | R\$ 24,00    | R\$ 1.200,00     |
| 49 | VEICULAÇÕES POT 1" TESTEMUNHAL  | 50  | R\$ 48,00    | R\$ 2.400,00     |
| 50 | VEICULAÇÃO BLOGS                | 12  | R\$ 2.000    | R\$ 24.000,00    |
|    |                                 |     |              |                  |
|    | TOTAL                           |     |              | R\$ 1.056.026,40 |

1.2. O objeto desta contratação é caracterizado como comum, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.3. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados da assinatura do contrato, prorrogável por até 120 (cento e vinte) meses, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A necessidade da presente contratação, sob a perspectiva do interesse público, baseia-se no direito da população em conhecer/fiscalizar e no dever do administrador em divulgar/transparecer os atos praticados pela Administração. Cabe ao município desenvolver atividades orientadas a incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de interesse coletivo.

Assim, o serviço de publicidade visa promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade estatal, diferentemente do setor privado que pode se utilizar da publicidade para acumulação de capital, relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

A comunicação governamental se baseia no princípio constitucional da Publicidade, disposto no artigo 37 da Constituição Federal. O princípio da Publicidade do ato administrativo exige o desenvolvimento de serviços publicitários, como são os casos de divulgação de programas de governo e iniciativas estatais que asseguram a informação da população quanto à atuação do interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e de controle social, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Estado.

A comunicação do Poder Executivo baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever da Administração Pública informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social para a comunidade local.

A contratação do objeto em questão se faz necessária para garantir a eficiência e a transparência na comunicação institucional do órgão, atendendo às exigências legais e garantindo que as informações cheguem de forma clara e objetiva ao público-alvo.

Além disso, a contratação de serviços de comunicação institucional possibilita a divulgação adequada das ações e políticas implementadas pelo órgão, promovendo a prestação de contas à sociedade e fortalecendo a sua imagem perante os cidadãos.

Dessa forma, a contratação do objeto se justifica como uma ferramenta estratégica para a gestão pública, uma vez que contribui para a construção de uma relação de confiança entre a instituição e a sociedade, bem como para o fortalecimento da democracia e da participação cidadã.

Neste contexto, o município de São Desidério, visando o aprimoramento da comunicação com os públicos, promovendo uma unidade na divulgação das ações, se insere a necessidade de dar transparência na divulgação das atividades e aos atos institucionais da gestão, considerando ser a publicidade um dos princípios fundamentais regentes da Administração Pública, que compreende a transparência, a acessibilidade, a integralidade e a integridade das informações, conferindo-lhe identidade com respeito às singularidades e atribuições da Prefeitura.

É por meio da comunicação do Poder Executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações da administração e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação da administração cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania, ao dar visibilidade aos programas, as ações e aos projetos do Poder Executivo Municipal, proporcionando coerência com os eixos estratégicos prioritários: o desenvolvimento social com equidade, com prioridade para saúde e educação, com a produção de bens e serviços que assegurem uma melhor repartição do crescimento entre os diferentes segmentos da população, mediante a geração de oportunidades de trabalho e distribuição da renda.

Nesse sentido, a contratação da agência de publicidade e propaganda vem de encontro a necessidade do fortalecimento institucional e participação mais ativa da comunidade em geral, em tempo real e com grande alcance, objetivando disponibilizar informações pertinentes às atividades do Executivo Municipal.

A contratação de uma agência de propaganda para a Prefeitura Municipal de São Desidério se justifica pela necessidade de profissionalização da comunicação institucional, garantindo que as informações de interesse público sejam disseminadas de maneira clara, acessível e estratégica. A comunicação governamental eficiente é um instrumento essencial para a transparência administrativa, a participação cidadã e a prestação de contas, consolidando o vínculo entre o poder público e a sociedade.

A administração municipal desempenha uma série de funções que impactam diretamente a vida da população, desde a implementação de políticas públicas até a oferta de serviços essenciais, como saúde, educação, infraestrutura, cultura e assistência social. No entanto, a efetividade dessas ações depende da forma como são comunicadas à população. Uma comunicação desorganizada, fragmentada ou sem planejamento pode comprometer a compreensão e o engajamento da comunidade, reduzindo a eficiência dos serviços públicos e dificultando a adesão a programas governamentais.

A contratação de uma agência especializada permitirá a estruturação e padronização da comunicação institucional, garantindo que as campanhas e informativos sejam desenvolvidos de forma coerente com a identidade visual da Prefeitura e com a linguagem apropriada para os diversos segmentos da população. A identidade visual unificada e bem definida não apenas fortalece a imagem institucional do município, mas também confere maior credibilidade e confiabilidade às informações divulgadas.

Outro aspecto fundamental é a adequação das mensagens aos diferentes públicos-alvo, considerando as especificidades de cada segmento da sociedade, como crianças, jovens, idosos, pessoas em situação de vulnerabilidade, comunidades rurais e empresários locais. A comunicação precisa ser planejada para alcançar essas diferentes audiências, utilizando formatos e canais apropriados para cada contexto, como redes sociais, rádios comunitárias, TV, material impresso e plataformas digitais interativas.

Além disso, a agência contratada terá a capacidade técnica e os recursos necessários para desenvolver campanhas de comunicação mais eficazes, utilizando ferramentas de marketing digital, análise de dados e segmentação de público. Isso possibilitará a criação de conteúdos mais direcionados, melhorando o impacto e o alcance das campanhas institucionais.

Outro ponto crucial é a necessidade de adaptação às novas tendências e tecnologias da comunicação, garantindo que a Prefeitura acompanhe as mudanças nos hábitos de consumo de

informação da população. Com o avanço das redes sociais e plataformas digitais, a comunicação institucional precisa ser ágil, interativa e visualmente atrativa, utilizando formatos inovadores, como vídeos curtos, infográficos e transmissões ao vivo.

Da Lei Federal nº 12.232/2010

O serviço de publicidade governamental historicamente apresentou peculiaridades muito marcantes e, durante muito tempo, as contratações de serviços de publicidade subordinaram-se as normas gerais que eram inadequadas frente às particularidades do setor, produzindo dificuldades jurídicas muito relevantes. Foi, portanto, significativa a criação de uma lei específica para licitação e contratos de serviços de publicidade.

A Lei Federal nº 12.232/2010 surge para dar tratamento bastante singular à licitação e aos contratos administrativos de publicidade governamental. As especificidades do setor, foram, em sua grande maioria, contempladas no diploma legal e apresentou-se como importante marco de inovação, pois até hoje é o único instrumento normativo criado especificamente para tratar de procedimento licitatório e contratação de um serviço determinado: a publicidade. Não há lei específica para tratar de outros serviços ou produtos determinados, somente o serviço publicitário recebeu do legislador atenção especial no que se refere à contratação pela Administração Pública.

Portanto, conforme orienta o item 1 deste presente Estudo Técnico Preliminar, ao descrever o problema e a necessidade da Administração, este serão descritos e analisados sob as regras das normativas específicas estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232/2010.

### 3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERANDO O CICLO DE VIDA DO OBJETO E ESPECIFICAÇÃO DO PRODUTO

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

A descrição da solução abrange a prestação de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda para atender a necessidade de informar a população, por meio de campanhas publicitárias de utilidade pública, informativas e demais instruções expedidas pelos órgãos competentes, com a contratação.

### 4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Os requisitos da contratação para a prestação de serviços de publicidades para o Município São Desidério – BA incluem, mas não se limitam, aos seguintes aspectos:

#### Capacidade Técnica e Operacional

De acordo com orientação do CENP, as empresas licitantes deverão apresentar, para comprovação da Qualificação Técnico - operacional, dentre outros documentos que constem no Termo de Referência, devem ser agências de publicidade legalmente constituídas, que exerçam as atividades disciplinadas pela Lei 4.680 e que tenham obtido o Certificado de Qualificação Técnica, (Os serviços a serem executados deverão obedecer às Normas-Padrão da atividade publicitária), fornecido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão-CENP ou entidade equivalente (arts. 1º, 4º, e o parágrafo primeiro da Lei 12.232), poderão prestar serviços ao setor público.

#### Suporte 24/7

Cabe destacar que os serviços de natureza contínua podem não ser todos “essenciais”, mas todos serão “necessários”, inclusive a publicidade institucional, assim como a publicidade de utilidade pública, realizada pela Administração Pública. A comunicação e a orientação da população, pela Administração Pública, são necessárias e essenciais, de forma permanente e continuada. Os serviços de publicidade, prestados à Administração Pública, contêm tais elementos de permanência e continuidade.

#### 4.1.3 Qualidade e Conformidade

\* O serviço será fornecido em atendimento às solicitações da ASCOM.

\* Correrão por conta da contratada todas as despesas de seguros, transporte, tributos e encargos trabalhistas e previdenciários decorrentes do fornecimento.

Os serviços deverão ser prestados no Município de São Desidério, sendo proibida a subcontratação

\* A empresa deverá estar em conformidade com a legislação vigente sobre o uso de recursos públicos e a contratação de serviços.

#### 4.1.5 Transparência e Custos

Respeito aos princípios da transparência e ética na comunicação institucional, garantindo a veracidade das informações veiculadas e o respeito à legislação vigente.

Todos os custos devem ser compatíveis com o orçamento público municipal e devem ser ajustados conforme as diretrizes estabelecidas pelo Município.

#### 4.1.6 Segurança e Garantias

A empresa deverá assegurar que todos os serviços prestados na área da publicidade atendam as solicitações da ASCOM, e estejam em conformidade com a comunicação institucional deste município, primando aos requisitos de confiabilidade, proteção de dados e informações, de modo que as garantias asseguram que a agência cumpra com suas obrigações.

#### 4.1.7 Atendimento Personalizado

Os serviços de publicidade deverão ser personalizados, levando em consideração as necessidades específicas das secretarias de governo, mediante intermédio da Ascom, garantindo que as necessidades e expectativas sejam compreendidas e atendidas ao longo de todo o processo de criação e implementação de campanhas.

#### 4.1.8 Relatórios e Prestação de Contas

A empresa deverá fornecer mensalmente os relatórios detalhados de todas as peças e campanhas publicitárias, facilitando a prestação de contas junto ao Município e garantindo a transparência das despesas.

#### 4.1.9 Cumprimento de Prazos

A empresa deverá cumprir rigorosamente os prazos de criação das peças e campanhas solicitadas pela Ascom, e qualquer outra solicitação relacionada à publicidade garantindo que todos os processos sejam realizados de forma eficiente e dentro dos prazos estabelecidos.

#### 4.1.10 Política de Cancelamento e Alterações

A empresa deverá oferecer políticas claras e vantajosas para cancelamento /ou nova produção de peça ou campanha publicitária, caso não esteja dentro das solicitações feitas via Ascom.

#### 4.1.11 Documentação e Certificações

A empresa deverá apresentar toda a documentação legal e fiscal exigida pela legislação, como certificados de regularidade fiscal e registro no órgão competente, além de comprovar que está apta a atuar no setor de publicidade.

Esses requisitos têm como objetivo garantir a eficiência, transparência e conformidade dos serviços prestados, atendendo às necessidades das Secretarias Municipais.

### 4.2. PARA OS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

A contratada deverá comprovar competência para planejar, coordenar, executar e acompanhar atividades relativas à propaganda e publicidade do Poder Executivo, com atribuições de:

I - elaborar planos, programas e projetos de publicidade e propaganda relativos à atuação dos órgãos e das entidades da Administração Pública;

II - elaborar o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e da distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, para difusão de informações sobre o governo para público em geral;

III - programar e fiscalizar a aplicação dos recursos destinados à comunicação publicitária;

IV - coordenar a integração das Assessorias de Comunicação Social dos órgãos e das entidades da Administração Pública com as agências publicitárias de atendimento, visando uniformizar a comunicação das ações governamentais;

V - aprovar a veiculação e a divulgação das campanhas e ações de propaganda fomentadas a por órgãos e entidades da Administração Pública;

VI - administrar, organizar e supervisionar as informações no processo de cadastro de fornecedores e veículos de comunicação;

VII - articular e negociar com os veículos de comunicação de acordo com as diretrizes estabelecidas pela ASCOM.

### 4.3 DAS OBRIGAÇÕES DA AGÊNCIA CONTRATADA

4.4. Constituem obrigações da AGÊNCIA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

4.5. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

4.6. Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica pela AGÊNCIA, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à PREFEITURA.

4.7. Centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA na cidade de São Desidério, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede, com estrutura de atendimento que atenda as condições do contrato.

4.7.1. Os profissionais designados para o escritório, sucursal, filial ou sede em São Desidério, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

A seu juízo, a AGÊNCIA poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior aos dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na proposta técnica, para executar os serviços de planejamento e criação, outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

O desempenho da AGÊNCIA será permanentemente verificado pela PREFEITURA

Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela PREFEITURA.

A AGÊNCIA executará os serviços diretamente, com seus próprios recursos.

A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares.

A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da PREFEITURA e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da PREFEITURA.

A PREFEITURA deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

Caberá à AGÊNCIA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela PREFEITURA.

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

Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à PREFEITURA, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

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

O aumento de despesas ou perda de descontos para a PREFEITURA, gerados em decorrência de ação culposa da AGÊNCIA deverá ser ressarcido pela AGÊNCIA responsável, à PREFEITURA em até 02 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

Se o ressarcimento não for realizado no prazo, o valor poderá ser glosado pela PREFEITURA ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação pro rata tempore do IGPM (FGV).

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

Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

Pertencem à PREFEITURA, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizada diretamente ou por intermédio da AGÊNCIA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

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

Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da PREFEITURA, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à PREFEITURA:

– Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores.

– Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na PREFEITURA ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido:

A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à PREFEITURA, por escrito, para decisão sobre a contratação.

– exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

Detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

Seja apresentada, juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade - no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

– informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

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

A PREFEITURA procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado. Se e quando julgar conveniente, a PREFEITURA poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

As disposições do subitem não se aplicam à compra de mídia.

Encaminhar, a cada 03 (três) meses de vigência do contrato e de seus eventuais aditamentos, referentes a peças aprovadas pela PREFEITURA e sem ônus para essa, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

– TV e Cinema: cópias em pen drive e/ou por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem);

– Internet: cópias por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem);

– Rádio: cópias em pen drive e/ou por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem);

– Mídia impressa e material publicitário: cópias em pen drive e/ou por meio de link para arquivos digitais armazenados em drive compartilhado (nuvem), com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

O armazenamento e compartilhamento dos arquivos digitais deverão seguir os seguintes procedimentos:

– A PREFEITURA disponibilizará previamente um ambiente de armazenamento em nuvem (drive compartilhado) para o uso exclusivo da agência contratada.

– A agência deverá utilizar exclusivamente esse ambiente para upload e compartilhamento das peças produzidas, garantindo que os arquivos sejam organizados em pastas identificadas de acordo com a categoria (TV e Cinema, Internet, Rádio, Mídia impressa e material publicitário) e o período correspondente.

– Os arquivos deverão ser preservados no drive por, no mínimo, 5 (cinco) anos após o término do contrato, sendo proibida a exclusão dos mesmos sem autorização expressa da PREFEITURA.

– O acesso ao drive compartilhado será restrito às partes autorizadas pela PREFEITURA e pela agência contratada, garantindo a segurança e confidencialidade dos materiais.

As peças poderão ser agrupadas em um mesmo drive ou link compartilhado, desde que garantido o atendimento à solicitação da PREFEITURA.

Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos digitais definidos pela PREFEITURA e armazenados no drive compartilhado indicado pela PREFEITURA.

Caso o formato de armazenamento em nuvem sofra alterações tecnológicas significativas, a PREFEITURA indicará soluções alternativas para o envio e preservação das cópias das peças produzidas.

Disponibilizar à PREFEITURA, sempre que solicitado, todas as informações relativas ao ambiente de armazenamento e a mídia utilizada para arquivar as peças publicitárias.

Produzir e entregar, em meio digital, o portfólio dos trabalhos realizados para a PREFEITURA. Esse portfólio deverá ser disponibilizado em formato digital, por meio de link para arquivos armazenados em drive compartilhado (nuvem) previamente disponibilizado pela PREFEITURA.

O portfólio deverá ser entregue trimestralmente, até o final do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o período vigente.

O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela AGÊNCIA e previamente aprovado pela PREFEITURA.

Entregar à PREFEITURA cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela PREFEITURA.

Entregar à PREFEITURA, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela PREFEITURA.

O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA no dia útil seguinte à realização do contato com a PREFEITURA, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

Elaborar, sempre que solicitado pela PREFEITURA, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

– criação e manutenção de acervo da propaganda da PREFEITURA, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

– criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

A agência se reunirá com a PREFEITURA, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do CONTRATO, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

Aprovada pela PREFEITURA, a proposta passará a integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.

A AGÊNCIA, por meio deste CONTRATO, transfere à PREFEITURA, a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte.

O banco e/ou acervo virtuais deverão estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste CONTRATO.

Prestar esclarecimentos à PREFEITURA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.

Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a AGÊNCIA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da PREFEITURA, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

Sempre que solicitada pela PREFEITURA, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo recolhidos todos os seus encargos e cumpridas as obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 4.1., facultada a supressão, além desse limite, mediante acordo entre as partes.

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

Obrigador-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.

Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações, a que houver dado causa.

Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção deste CONTRATO.

#### 5.0 . PARA A EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS, A EMPRESA CONTRATADA DEVERÁ:

5.1 manter para o contratante ou à sua disposição, a qualquer momento, em horário compreendido entre 08h00min às 17h00min, de segunda a sexta-feira, e aos finais de semana mediante comprovação de urgência, a exemplo de eventos festivos, culturais de interesse da comunidade, ou climáticos, com atendimento com funcionários suficientes para atender prontamente as solicitações decorrentes dos serviços.

#### 5.2. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

Constituem obrigações da PREFEITURA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a AGÊNCIA, observado o subitem 5.1.5. e respectivos subitens.

Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a AGÊNCIA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

Comunicar à AGÊNCIA toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, em comunicação impressa ou por e-mail, no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas.

Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento.

Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a AGÊNCIA repasse as informações à mão de obra subcontratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos da PREFEITURA.

Obedecer ao que determina o parágrafo 1º, art. 37 da Constituição Federal que determina que 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.

### 5.3. GARANTIA DA QUALIDADE E EXECUÇÃO

Para assegurar a qualidade dos serviços contratados:

- a) O contratante poderá solicitar a substituição de profissionais da contratada caso julgue necessário, visando o bom andamento das atividades;
- b) A fiscalização do contrato será realizada de forma contínua, avaliando o cumprimento das cláusulas contratuais e a eficiência da execução dos serviços.
- c) Em caso de descumprimento das obrigações contratuais, as penalidades previstas na legislação vigente poderão ser aplicadas.

Este modelo estabelece a base para a colaboração entre contratante e contratada, assegurando a execução eficiente e o cumprimento das obrigações para alcançar os objetivos do contrato.

### 6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

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

6.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

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

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

6.5. 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.

6.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput)

6.7. prestar apoio técnico e operacional ao Gestor do contrato com informações pertinentes às suas competências;

6.8. 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;

6.9. emitir notificações para a correção de rotinas ou de qualquer inexatidão ou irregularidade constatada, com a definição de prazo para a correção;

6.10. informar ao Gestor do contato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem a sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso;

6.11. comunicar imediatamente ao Gestor do contrato quaisquer ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas estabelecidas;

6.12. fiscalizar a execução do contrato para que sejam cumpridas as condições estabelecidas, de modo a assegurar os melhores resultados para a administração, com a conferência das notas fiscais e das documentações exigidas para o pagamento e, após o ateste, que certifica o recebimento provisório, encaminhar ao gestor de contrato para ratificação;

- 6.13. comunicar ao Gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual;
- 6.14. participar da atualização do relatório de riscos durante a fase de gestão do contrato, na forma do inciso VII do caput do art. 21 deste decreto;
- 6.15 auxiliar o gestor do contrato com as informações necessárias, na elaboração do documento comprobatório da avaliação realizada na fiscalização do cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, conforme o disposto no inciso VIII do caput do art. 21;
- 6.16. realizar o recebimento provisório do objeto do contrato referido no art. 24, mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico.
- 6.17. O fiscal, sempre que entender necessário, poderá solicitar auxílio da assessoria jurídica, do controle interno e da área técnica de engenharia e de informática, além de ter assegurado pleno acesso aos setores contábil e financeiro e demais repartições administrativas na realização de seus trabalhos.
- 6.18. O fiscal administrativo deve prestar apoio técnico e operacional ao gestor do contrato, com a realização das tarefas relacionadas ao contrato e à formalização de apostilamentos e de termos aditivos, ao acompanhamento do empenho e do pagamento e ao acompanhamento de garantias e glosas;
- 6.19. O fiscal administrativo deve verificar a manutenção das condições de habilitação da contratada, com a solicitação dos documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário;
- 6.20. O fiscal administrativo deve examinar a regularidade no recolhimento das contribuições fiscais, trabalhistas e previdenciárias e, na hipótese de descumprimento, informar ao Gestor do contrato;
- 6.21. O fiscal administrativo deve atuar tempestivamente na solução de eventuais problemas relacionados ao descumprimento das obrigações contratuais e reportar ao Gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência;
- 6.22. O fiscal administrativo deve participar da atualização do relatório de riscos durante a fase de gestão do contrato, em conjunto com o fiscal setorial;
- 6.23 O fiscal administrativo deve auxiliar o gestor do contrato com as informações necessárias, na elaboração do documento comprobatório da avaliação realizada na fiscalização do cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado
- 6.24. O fiscal administrativo deve realizar o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico e
- 6.25. O fiscal administrativo, sempre que entender necessário, poderá solicitar auxílio da assessoria jurídica, do controle interno e da área técnica de engenharia e de informática, além de ter assegurado pleno acesso aos setores contábil e financeiro e demais repartições administrativas na realização de seus trabalhos
- 6.26. O Gestor de Contratos deve coordenar os atos preparatórios à instrução processual e ao envio da documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos relativos à prorrogação, à alteração, ao reequilíbrio, ao pagamento, à eventual aplicação de sanções e à extinção dos contratos, entre outros;
- 6.27. O gestor de contratos deve coordenar as atividades relacionadas à fiscalização técnica-administrativa;
- 6.28. O gestor de contratos deve acompanhar os registros realizados pelo fiscal do contrato das ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, e informar à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência;

6.29. O gestor de contratos deve acompanhar a manutenção das condições de habilitação do contratado, para fins de empenho de despesa e de pagamento;

6.30. O gestor de contratos deve coordenar a rotina de acompanhamento e de fiscalização do contrato, cujo histórico de gerenciamento deverá conter todos os registros formais da execução, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, e relatar eventual necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;

6.31 O gestor de contratos deve elaborar o relatório final de que trata a alínea d, do inciso VI, do § 3º, do art. 174 da Lei nº 14.133 de 2021, com as informações obtidas durante a execução do contrato;

6.32. O gestor de contratos deve coordenar a atualização contínua do relatório de riscos durante a gestão do contrato, com apoio do fiscal técnico-administrativo;

6.33. O gestor de contratos deve emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais de contratos quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, a constarem do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações contratuais;

6.34. O gestor de contratos deve realizar o recebimento definitivo do objeto do contrato, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais; e

6.35. O gestor de contratos deve tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido por comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133 de 2021, ou pelo agente ou pelo setor competente para tal, conforme o caso.

## 7. 0. CRITÉRIOS DE FATURAMENTO E PAGAMENTO

7.1. As notas fiscais de serviços deverão ser emitidas pela empresa AGÊNCIA contra a PREFEITURA no valor total dos serviços prestados, a discriminação de todas as informações acerca dos serviços prestados, valores devidos e serem encaminhadas à PREFEITURA acompanhadas dos seguintes documentos:

7.2. No caso de serviços internos da AGÊNCIA:

Uma via do layout aprovado;

Relação dos códigos da Tabela do SINAPRO de cada serviço criado;

Documento emitido pela AGÊNCIA discriminando os serviços executados, descontos concedidos e valores a serem cobrados;

Outros comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados.

No caso de serviços pertinentes à veiculação:

Uma via do Mapa de Mídia, emitido pela AGÊNCIA, previamente aprovado pela PREFEITURA;

Demonstrativo da tabela vigente do veículo;

Relatório de conferência dos serviços de veiculação de mídia, a cargo da PREFEITURA, sempre que possível;

Outros comprovantes / demonstrativos legíveis dos serviços prestados;

Fatura ou recibo emitido pelo veículo de comunicação contra a PREFEITURA, demonstrando o valor devido ao veículo contendo a eventual descrição dos descontos negociados. Nesse caso também o valor correspondente ao serviço deverá estar inserido na nota fiscal de serviços emitida pela AGÊNCIA.

No caso de serviços especializados nos termos do inc. I, parágrafo 1º, art. 2º da lei 12.232 de 2010:

Todos os orçamentos obtidos no mercado;

Documento emitido pela empresa AGÊNCIA discriminando os serviços executados, descontos negociados, valores a serem cobrados;

Uma via da nota fiscal de serviços do fornecedor terceirizado aprovado, emitida contra a PREFEITURA;

Outros comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados.

Certidões negativas de regularidade fiscal do fornecedor terceirizado aprovado:

e1) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal em vigor;

e2) Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT conforme lei 12.440, de 07 de julho de 2011, em vigor.

e3) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor;

e4) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Estado em vigor;

e5) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Município;

Nos termos da legislação tributária vigente, os serviços de veiculação de material de publicidade não estão previstos na lista de serviços tributáveis anexa à Lei Complementar nº

116/2003 e na lei complementar municipal nº 204/03, que dispõe sobre Serviços de Qualquer Natureza.

Não serão aceitas notas fiscais de serviços emitidas pelas empresas subcontratadas contra a municipalidade.

Do recebimento

Após a realização dos serviços, a AGÊNCIA apresentará a nota fiscal de serviços correspondente, juntamente com todos os documentos constantes, conforme o caso, à PREFEITURA, que terá o prazo de até 8 (oito) dias úteis para aprová-la ou rejeitá-la.

A falta da apresentação de qualquer documento obrigatório pelas leis em vigor acarretará no não pagamento da respectiva nota fiscal e das seguintes, até que a pendência seja eliminada.

A nota fiscal não aprovada pela PREFEITURA será devolvida à AGÊNCIA com as informações que motivaram sua rejeição para as necessárias correções, contando o prazo a partir da data de sua reapresentação.

A devolução da nota fiscal não aprovada em hipótese alguma servirá de pretexto para que a AGÊNCIA suspenda a execução dos serviços.

A PREFEITURA somente efetuará o pagamento dos valores devidos após a comprovação pela AGÊNCIA, dos documentos mencionados e da verificação de sua regularidade fiscal.

A PREFEITURA efetuará o pagamento das faturas no prazo de até 20 (vinte) dias corridos fora a dezena, a contar da data de sua aprovação.

Pelos serviços prestados, a AGÊNCIA será remunerada pelos honorários apresentados na proposta de preço sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) 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 ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

Pelos serviços de criação e execução interna, a AGÊNCIA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto concedido por ela na proposta de preço.

Despesas com deslocamento de profissionais da AGÊNCIA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de São Desidério, serão de responsabilidade da AGÊNCIA.

Além da remuneração, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.

O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à AGÊNCIA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da PREFEITURA, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

Fica instituído, também, que na vigência contratual, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

#### 8.0. Liquidação

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

8.2. 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

8.3. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

1. o prazo de validade;
2. a data da emissão;
3. os dados do contrato e do órgão contratante;
4. o período respectivo de execução do contrato;
5. o valor a pagar; e
6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

8.4. 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;

8.5.A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ou à documentação mencionada no .art. 68 da Lei nº 14.133/2021

8.6. A Administração deverá realizar a verificação abaixo:

- 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, que implique proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

8.7. Constatando-se, junto ao CEIS e CNEP 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.

8.8. 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.

8.9. 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.

8.10. 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.

#### 9.0. Prazo de pagamento

9.1.O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 10 (dez) dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior

9.2. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.

#### 10.0 Forma de pagamento

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

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

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

10.4. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá 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

11.0. Antecipação de pagamento

11.1. Não é permitida a antecipação de pagamento

12.0 Sanções administrativas:

Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o Contratado que:

1. der causa à inexecução parcial do contrato;

2. der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

3. der causa à inexecução total do contrato;

4. deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

5. não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

6. não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

7. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

8. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a dispensa eletrônica ou execução do contrato;

9. fraudar a contratação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

10. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

11. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da contratação;

12. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

12.1. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas acima descritas as seguintes sanções:

1. Advertência, quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei);

2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas b, c, d, e, f e g do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §4º, da Lei);

3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas h, i, j, k e l do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas b, c, d, e, f e g, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei);

12.2. Multa:

12.3. moratória de 0,5 % (meio por cento) por dia de atraso injustificado na implantação do link, sobre o valor da total do contrato, até o limite de 15 (quinze) dias;

12.4. O atraso superior a 15 (quinze) dias autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por inexecução total do contrato.

12.5. compensatória de 30 % (trinta por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;

12.6. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante (art. 156, §9º)

12.7. Todas as sanções previstas neste Termo de referencia poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º).

12.8. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157)

12.9. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º).

12.10. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 dias, a contar da data do recebimento da(dez) comunicação enviada pela autoridade competente.

12.11. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no e parágrafos do art. 158caput da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

12.12. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º) :

1. a natureza e a gravidade da infração cometida;
2. as peculiaridades do caso concreto;
3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
4. os danos que dela provierem para o Contratante;
5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

12.13. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159)

12.14. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160)

12.15. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161)

12.16. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

### **13.0. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

#### **HABILITAÇÃO JURÍDICA (Art. 66 da Lei 14.133/2021)**

Registro comercial, no caso de empresa individual;

Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.

Documentação (Identidade e CPF) dos sócios ou proprietário

Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva. nacional ou salvo se, inequivocamente, tais falhas não acarretarem lesões ao direito dos demais licitantes, prejuízos à Administração ou não impedirem a exata compreensão de seu conteúdo.

Todos as cópias de documentos já devem estar devidamente autenticadas, para dar celeridade ao certame.

#### **HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA (Art. 68 da Lei 14.133/2021):**

Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ;

Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, relativo ao domicílio ou sede do participante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante;

Certidão de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal, com validade em vigor;

Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, que comprove inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, emitida pelo Banco Nacional de Devedores Trabalhistas – BNDT em [www.tst.jus.br](http://www.tst.jus.br), com validade em vigor;

caso o licitante seja considerado isento dos tributos municipais relacionados ao objeto licitatório, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda Municipal do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

Certidão específica da Junta Comercial, relativo ao Estado do participante atualizada no máximo 30 (trinta) dias

HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA (Art. 69 da Lei 14.133/2021):

Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ, expedida a menos de 30 dias.

Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal da sede da licitante, expedida a menos de 30 dias.

Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal da sede da licitante.

Certidão de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS.

Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

Caso o licitante seja considerado isento dos tributos municipais relacionados ao objeto licitatório, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda Municipal do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

A comprovação da regularidade fiscal deverá ser efetuada mediante a apresentação das competentes certidões negativas de débitos, ou positivas com efeitos de negativas.

Cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal

14.0. HABILITAÇÃO TÉCNICA (Art. 67 da Lei 14.133/2021):

14.1.A LICITANTE deverá apresentar documentos de domínio público que comprovem todos os recursos e funcionalidades mínimas exigidas para os equipamentos que irão integrar as características técnicas solicitadas.

14.2. A CONTRATADA deverá apresentar atestado(s) de capacidade técnica, expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, certificando que a empresa tenha prestado serviços pertinentes e em prazos e quantitativos compatíveis com as características do objeto deste certame, que o licitante tenha executado serviços, cujo somatório seja no mínimo 10% do quantitativo total estimado.

## 15.0. DOS DIREITOS AUTORAIS

15.1. A AGÊNCIA cede à PREFEITURA os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

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

15.3. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração acordadas, incluindo o desconto de AGÊNCIA.

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

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

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

15.7. A PREFEITURA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

É garantida à PREFEITURA, a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da AGÊNCIA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

#### 15.8. DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

15.8.1 A AGÊNCIA deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

| QUESITOS   | SUBQUESITOS                            |
|--|--|
| I – Plano de Comunicação publicitária                | Raciocínio Básico                      |
|  | Estratégia de Comunicação Publicitária |
|  | Ideia Criativa                         |
|  | Estratégia de Mídia e Não Mídia        |
| II – Capacidade de Atendimento                       |  |
| III – Repertório                                     |  |
| IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |  |

A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

#### QUESITOS:

##### I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – ANEXO I e nas orientações deste Termo de Referência, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitem 15.8.5.

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

ii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa– e conter a identificação da AGÊNCIA, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, na forma de seus atos constitutivos.

#### SUBQUESITOS:

Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a AGÊNCIA fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a AGÊNCIA apresentará as linhas gerais de sua proposta para

suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

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

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

Ideia Criativa é um subquesto por meio do qual a AGÊNCIA apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

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

A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 15.8.7.

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

Serem apresentados sob a forma de:

roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;

storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

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

Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

Não serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

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

Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 13.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material .

Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mp4, mov., mpeg;

protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg e mov.

Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1.

Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA e em função da verba referencial indicada no briefing.

simulação do plano de distribuição em que a AGÊNCIA identificará todas as peças e/ou material constantes da relação.

Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

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

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

- os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

#### FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O caderno específico, que compõe o Plano de Comunicação Publicitária, deverá observar a seguinte formatação:

- Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco.
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto.
- texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material, prevista no subitem 13.2.3.1., estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas, nesse limite, a capa e contracapa e as páginas, eventualmente utilizadas, apenas para separação dos subquestos.

Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não-mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel 75 ou 90 gr, com ou sem suporte:

separadamente (soltas) do caderno

adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à AGÊNCIA observar o disposto no subitem 15.8.5;

As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- ser editados em cores;
- ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
- ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas

As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não-mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

#### CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A Capacidade de Atendimento da AGÊNCIA deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos, por meios dos quais, a AGÊNCIA discriminará:

– A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

– a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços, objeto deste Termo de Referência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da PREFEITURA.

– as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais, que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

– a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

– as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia, que colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Os documentos e informações, que compõem o caderno específico mencionado no subitem 13.3., deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA na forma de seus atos constitutivos.

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

#### REPERTÓRIO

O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela AGÊNCIA, agrupados em caderno específico.

No caderno específico do Repertório, deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

– as peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2022;

– as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

– as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

– as peças e/ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária;

– formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas, sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada, na última, por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, na forma de seus atos constitutivos;

– edição em papel A4 ou A3, de 75 ou 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

Para cada peça e/ou material previstos no subitem 13.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da AGÊNCIA e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

A apresentação de peças e/ou material, em número inferior ao exigido no subitem 13.4.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

A proporcionalidade, a que se refere o subitem 13.4.1.2, será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 15.3, III.

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

### RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A AGÊNCIA deverá apresentar, em caderno específico, 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 1º de janeiro de 2022.

A apresentação de menos de de 03 (três) relatos no caderno específico implicará em pontuação proporcional à quantidade de relatos entregues, com base na pontuação máxima prevista no subitem 15.3 - IV.

Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 1º de janeiro de 2022 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária.

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

Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 13.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

– as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

– as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

– para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

Os documentos e informações, que compõem o caderno específico deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA na forma de seus atos constitutivos.

Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 13.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

## 16.0. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

16.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo I – parte 7, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem

15.8.1, alíneas “a” do Termo de Referência, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) 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 ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e o desconto, sob forma de percentual, na forma indicada no subitem 15.8.1, alínea “b” do Termo de Referência, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia (SINAPRO-BA), em vigor, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que, para atender o disposto na Lei 14.133/21, evitando-se a inexecução do contrato administrativo que vier a ser firmado:

- não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

- não será aceito desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) e superior a 80% (oitenta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

- se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

- o percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da AGÊNCIA 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;

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

- os honorários propostos deverão observar o item 15.8.1;

- A Proposta de Preço deverá ter declaração da AGÊNCIA:

Comprometendo-se a envidar esforços, no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais, junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas;

Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no Termo de Referência.

A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (Anexo 1 – Parte 7) e deverá ser:

datada e assinada por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, na forma de seus atos constitutivos.

firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

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

A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) 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 ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia (SINAPRO-BA).

Fica instituído, também, que na vigência contratual, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

17.0. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS



**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO CNPJ: 13.655.436/0001-60**  
**Praça Emerson Barbosa - SÃO DESIDÉRIO/BA**

17.1. O critério de julgamento para a classificação das AGÊNCIAS será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e da Lei 14.133/21, sendo que é estabelecido o peso 0,70 para a Proposta Técnica e peso 0,30 para a Proposta de Preço.

O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 10, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela AGÊNCIA:

**I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Raciocínio Básico (05 pontos) – a acuidade de compreensão:

das funções e do papel da PREFEITURA MUNICIPAL nos contextos social, político e econômico; (01 ponto)

da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL com seus públicos; (01 ponto)

das características da PREFEITURA MUNICIPAL e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (01 ponto)

o desafio de comunicação expresso no briefing (02 pontos)

Estratégia de Comunicação Publicitária (25 pontos)

Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação; (07 pontos).

Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (04 pontos).

Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos; (02 pontos).

Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação; (07 pontos).

Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (03 pontos).

Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível (02 pontos)

Ideia Criativa (25 pontos)

Adequação ao desafio de comunicação; (05 pontos).

Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA; (03 pontos).

Adequação ao universo cultural do público-alvo (01 ponto).

Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (02 pontos).

Originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (03 pontos).

Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (02 pontos).

Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico; (03 pontos).

Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados; (03 pontos).

Exequibilidade das peças e/ou do material; (01 ponto).

Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos. (02 pontos).

Estratégia de Mídia e Não-mídia (15 pontos)

Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo; (02

Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (02 pontos).

Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (16.2.I,d,"i" e "ii"); (04 pontos).

Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA; (01 ponto).

Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; (03 pontos).

Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.(03 pontos).

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)

Porte e a tradição dos clientes atuais da AGÊNCIA e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (01 ponto).

Experiência dos profissionais da AGÊNCIA em atividades publicitárias; (03 pontos).

Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA; (02 pontos).

Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (01 ponto).

Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA e a AGÊNCIA, esquematizado na proposta; (01 ponto).

Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a AGÊNCIA colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (01 ponto).

Presença física da AGÊNCIA em São Desidério, com sede ou filial registrada e em pleno funcionamento no município. (01 ponto)III – REPERTÓRIO (10 pontos)

Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a AGÊNCIA se propôs a resolver; (04 pontos).

Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (04 pontos).

Clareza da exposição das informações prestadas.(02 pontos).

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)

Evidência de planejamento publicitário; (02 pontos).

Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (03 pontos).

Relevância dos resultados apresentados; (03 pontos).

Concatenação lógica da exposição.(02 pontos).

A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

– Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta pontos)

Raciocínio Básico: 5 (cinco);

Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco pontos);

Ideia criativa: 25 (vinte e cinco pontos);

Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze pontos).

– Capacidade de Atendimento: 10 (dez pontos)

– Repertório: 10 (dez pontos)

– Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez pontos)

Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 15.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito, sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da

pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste termo.

Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes,

deverão registrar, em ata, as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

A nota de cada AGÊNCIA corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

Será desclassificada a AGÊNCIA que:

- não observar as determinações e as exigências do Termo de Referência;
- Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as AGÊNCIAS que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas.

Se houver empate que impossibilite a identificação automática das AGÊNCIAS mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não-mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista segunda chamada da reunião de licitação ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as AGÊNCIAS.

Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as AGÊNCIAS mais bem classificadas na Proposta Técnica.

#### JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas AGÊNCIAS presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as AGÊNCIAS, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

Percentual de honorários sobre (i) a produção e a execução técnica de peça e/ou material, (ii) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as

peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

(iii) a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no quesito 14.1:

| Pontos | Percentual de honorários |
|--------|--------------------------|
| 20     | 10 a 12%                 |
| 10     | De 13% a 14%             |
| 05     | 15%                      |

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO- ESTADO DA BAHIA**  
**CNPJ Nº 13.655.436/0001-60**

Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Geais (SINAPRO-MG) que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 14.1:

| Pontos | Desconto sobre a tabela de custos internos |
|--------|--|
| 20     | 75% ou acima de 75%                        |
| 15     | 70%  |
| 10     | 60%  |
| 05     | 50%  |

Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações, através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia

$NFPC = \frac{D1 + D2}{2}$

**JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS**

A Pontuação Final será obtida, através da fórmula abaixo, conforme previsto na Lei 14.133/21:

$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPC \times 0,30)$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

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

Estratégia de Comunicação Publicitária;

Ideia Criativa;

Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não-mídia

Após a utilização do critério de desempate disposto no item 15.9.1, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Termo de Referência, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras AGÊNCIAS.

Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as AGÊNCIAS mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

#### 18.0. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

O valor total para à contratação dos serviços do presente objeto é de R\$ 1.045.912,20 (um milhão, quarenta e cinco mil, novecentos e doze reais, e vinte e centavos), conforme tabela acima.

Considerando o Art. 6º da IN nº 73/2020, foi utilizado, como método para obtenção do preço estimado por item, a média aritmética dos valores obtidos na pesquisa de preços, sobre um conjunto de três preços. Foi utilizada a metodologia da média aritmética dos valores obtidos na pesquisa de preços, com a desconsideração de valores inexequíveis,

inconsistentes e excessivamente elevados, para estabelecer um preço de referência condizente com o praticado no mercado.

**10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

10.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados na Lei Orçamentária Anual.

10.1.1. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

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

**11. VIGÊNCIA DO CONTRATO**

11.1 O contrato vigorará por 12 (doze) meses, contados a partir da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado por um período igual e sucessivo, limitado a 120 (cento e vinte) meses, desde que haja preços e condições vantajosas para a Administração, conforme o Art. 106, da Lei 14.133/21.

11.2 A prorrogação do contrato dependerá da verificação da manutenção da necessidade, economicidade e oportunidade da contratação, acompanhada da realização de pesquisa de mercado que demonstre a vantajosidade dos preços contratados para a Administração.

**12. DO REEQUILIBRIO**

12.1 Não se aplica

**13. RESPONSÁVEIS**

O servidor responsável por esse termo de Referência:

---

Laura Beatriz dos Santos Barbosa

Chefe do Setor de Dívida Ativa  
Membro da Equipe de Planejamento – Portaria 228/2025

## **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

### **DIRETRIZES QUE NORTEARÃO ESTE ETP**

O presente estudo fundamentado na IN nº 40, de 22 de maio de 2020 e instrução normativa seges nº 58, de 8 de agosto de 2022, Art. 8º da Lei 14.133/2021 e Lei as contratações regidas pela Lei nº 12.232/10, serviços de publicidade, tem por objetivo apontar os fundamentos para contratação de serviços de comunicação institucional, conforme condições, demanda, exigências e estimativas estabelecidas neste instrumento e anexos, em observância às normas vigentes e aos princípios que regem a Administração Pública para a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA na prestação de serviços de propaganda e publicidade, visando os serviços de comunicação institucional para o município de São Desidério.

### **ÁREA REQUISITANTE**

Secretaria Municipal de Administração, Planejamento, Finanças e Orçamento  
Responsável: Ávila Izadora Queiroz Santos

### **DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

A necessidade da presente contratação, sob a perspectiva do interesse público, baseia-se no direito da população em conhecer/fiscalizar e no dever do administrador em divulgar/transparecer os atos praticados pela Administração. Cabe ao município desenvolver atividades orientadas a incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de interesse coletivo.

Assim, o serviço de publicidade visa promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade estatal, diferentemente do setor privado que pode se utilizar da publicidade para acumulação de capital, relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

A comunicação governamental se baseia no princípio constitucional da Publicidade, disposto no artigo 37 da Constituição Federal. O princípio da Publicidade do ato administrativo exige o desenvolvimento de serviços publicitários, como são os casos de divulgação de programas de governo e iniciativas estatais que asseguram a informação da população quanto à atuação do interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e de controle social, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Estado.

A comunicação do Poder Executivo baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever da Administração Pública informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social para a comunidade local.

A contratação do objeto em questão se faz necessária para garantir a eficiência e a transparência na comunicação institucional do órgão, atendendo às exigências legais e garantindo que as informações cheguem de forma clara e objetiva ao público-alvo.

Além disso, a contratação de serviços de comunicação institucional possibilita a divulgação adequada das ações e políticas implementadas pelo órgão, promovendo a prestação de contas à sociedade e fortalecendo a sua imagem perante os cidadãos.

Dessa forma, a contratação do objeto se justifica como uma ferramenta estratégica para a gestão pública, uma vez que contribui para a construção de uma relação de confiança entre a instituição e a sociedade, bem como para o fortalecimento da democracia e da participação cidadã.

Neste contexto, o município de São Desidério, visando o aprimoramento da comunicação com os públicos, promovendo uma unidade na divulgação das ações, se insere a necessidade de dar transparência na divulgação das atividades e aos atos institucionais da gestão, considerando ser a publicidade um dos princípios fundamentais regentes da Administração Pública, que compreende a transparência, a acessibilidade, a integralidade e a integridade das informações, conferindo-lhe identidade com respeito às singularidades e atribuições da Prefeitura.

É por meio da comunicação do Poder Executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações da administração e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação da administração cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania, ao dar visibilidade aos programas, as ações e aos projetos do Poder Executivo Municipal, proporcionando coerência com os eixos estratégicos prioritários: o desenvolvimento social com equidade, com prioridade para saúde e educação, com a produção de bens e serviços que assegurem uma melhor repartição do crescimento entre os diferentes segmentos da população, mediante a geração de oportunidades de trabalho e distribuição da renda.

Nesse sentido, a contratação da agência de publicidade e propaganda vem de encontro a necessidade do fortalecimento institucional e participação mais ativa da comunidade em geral, em tempo real e com grande alcance, objetivando disponibilizar informações pertinentes às atividades do Executivo Municipal.

A contratação de uma agência de propaganda para a Prefeitura Municipal de São Desidério se justifica pela necessidade de profissionalização da comunicação institucional, garantindo que as informações de interesse público sejam disseminadas de maneira clara, acessível e estratégica. A comunicação governamental eficiente é um instrumento essencial para a transparência administrativa, a participação cidadã e a prestação de contas, consolidando o vínculo entre o poder público e a sociedade.

A administração municipal desempenha uma série de funções que impactam diretamente a vida da população, desde a implementação de políticas públicas até a oferta de serviços essenciais, como saúde, educação, infraestrutura, cultura e assistência social. No entanto, a efetividade dessas ações depende da forma como são comunicadas à população. Uma comunicação desorganizada, fragmentada ou sem planejamento pode comprometer a compreensão e o engajamento da comunidade, reduzindo a eficiência dos serviços públicos e dificultando a adesão a programas governamentais.

A contratação de uma agência especializada permitirá a estruturação e padronização da comunicação institucional, garantindo que as campanhas e informativos sejam desenvolvidos de forma coerente com a identidade visual da Prefeitura e com a linguagem apropriada para os diversos segmentos da população. A identidade visual unificada e bem definida não apenas fortalece a imagem institucional do município, mas também confere maior credibilidade e confiabilidade às informações divulgadas.

Outro aspecto fundamental é a adequação das mensagens aos diferentes públicos-alvo, considerando as especificidades de cada segmento da sociedade, como crianças, jovens, idosos, pessoas em situação de vulnerabilidade, comunidades rurais e empresários locais. A comunicação precisa ser planejada para alcançar essas diferentes audiências, utilizando formatos e canais apropriados para cada contexto, como redes sociais, rádios comunitárias, TV, material impresso e plataformas digitais interativas.

Além disso, a agência contratada terá a capacidade técnica e os recursos necessários para desenvolver campanhas de comunicação mais eficazes, utilizando ferramentas de marketing digital, análise de dados e segmentação de público. Isso possibilitará a criação de conteúdos mais direcionados, melhorando o impacto e o alcance das campanhas institucionais.

**Praça Emerson Barbosa, nº 01, Centro. CEP: 47.820-000.**

**Telefax: (77)3623-2145 – [licitacao@saodesiderio.ba.gov.br](mailto:licitacao@saodesiderio.ba.gov.br)**

Outro ponto crucial é a necessidade de adaptação às novas tendências e tecnologias da comunicação, garantindo que a Prefeitura acompanhe as mudanças nos hábitos de consumo de informação da população. Com o avanço das redes sociais e plataformas digitais, a comunicação institucional precisa ser ágil, interativa e visualmente atrativa, utilizando formatos inovadores, como vídeos curtos, infográficos e transmissões ao vivo.

Da Lei Federal nº 12.232/2010

O serviço de publicidade governamental historicamente apresentou peculiaridades muito marcantes e, durante muito tempo, as contratações de serviços de publicidade subordinaram-se as normas gerais que eram inadequadas frente às particularidades do setor, produzindo dificuldades jurídicas muito relevantes. Foi, portanto, significativa a criação de uma lei específica para licitação e contratos de serviços de publicidade.

A Lei Federal nº 12.232/2010 surge para dar tratamento bastante singular à licitação e aos contratos administrativos de publicidade governamental. As especificidades do setor, foram, em sua grande maioria, contempladas no diploma legal e apresentou-se como importante marco de inovação, pois até hoje é o único instrumento normativo criado especificamente para tratar de procedimento licitatório e contratação de um serviço determinado: a publicidade. Não há lei específica para tratar de outros serviços ou produtos determinados, somente o serviço publicitário recebeu do legislador atenção especial no que se refere à contratação pela Administração Pública.

Portanto, conforme orienta o item 1 deste presente Estudo Técnico Preliminar, ao descrever o problema e a necessidade da Administração, este serão descritos e analisados sob as regras das normativas específicas estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232/2010.

#### REQUISITOS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

O serviço é classificado como COMUM, na forma de CONCORRÊNCIA, considerando que as contratações regidas pela Lei nº 12.232/10 priorizam o elemento “técnica”. Consequentemente, serviços de publicidade não podem ser contratados por “menor preço” ou “maior retorno econômico”, mas apenas por “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Para atender adequadamente o objeto mencionado, a solução proposta deve contemplar os seguintes requisitos:

A comunicação de governo é um dos pilares da administração pública e, conforme Lei Federal 12.232/2010, compreende 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 de caráter institucional de competência da instituição pública.

##### 3.1. Requisitos mínimos para a contratação

De acordo com orientação do CENP, as empresas licitantes deverão apresentar, para comprovação da Qualificação Técnico - operacional, dentre outros documentos que constem no Termo de Referência, devem ser agências de publicidade legalmente constituídas, que exerçam as atividades disciplinadas pela Lei 4.680 e que tenham obtido o Certificado de Qualificação Técnica, (Os serviços a serem executados deverão obedecer às Normas- Padrão da atividade publicitária), fornecido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão-CENP ou entidade equivalente (arts. 1º, 4º, e o parágrafo primeiro da Lei 12.232), poderão prestar serviços ao setor público.

##### 3.2. Natureza dos serviços:

a) Cabe destacar que os serviços de natureza contínua podem não ser todos “essenciais”, mas todos serão “necessários”, inclusive a publicidade institucional, assim como a publicidade de utilidade pública, realizada pela Administração Pública.

A comunicação e a orientação da população, pela Administração Pública, são necessárias e essenciais, de forma permanente e continuada. Os serviços de publicidade, prestados à Administração Pública, contêm tais elementos de permanência e continuidade.

##### 3.3. Obrigação da contratada:

1. Conceber, planejar e executar peças e campanhas publicitárias;

2. Intermediar a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade. Neste caso, agindo por conta e ordem da prefeitura (Administração Pública), cf. art. 3º da Lei 4.680;

3. Fazer acompanhamento e orientação da comunicação institucional, com assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da entidade.

3.4. A contratada deverá executar os serviços concernentes na sua Proposta Técnica – vencedora - estruturada de acordo com os quesitos apresentados:

a) Plano de Comunicação Publicitária

b) Capacidade de Atendimento;

c) Repertório;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

A Lei nº 12.232/2010 estabelece no inciso III do artigo 6º que "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."

O Plano de Comunicação Publicitária já possui seu conteúdo estabelecido pelo artigo 7º da Lei nº 12.232/2010, conforme segue:

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta lei será composto dos seguintes quesitos:

I - 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;

II - 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;

III - idéia 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;

IV - 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 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.

O Conjunto de Informações, por sua vez, "será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes", conforme traz o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010.

Segundo a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Art. 6ª, item IX, reza:

3.5. Apresentar Portfólio:

- Apresentar portfólio dos serviços prestados em outras instituições, estratégia de comunicação integrada, considerando os diferentes canais e ferramentas utilizadas.

3.6. Transparência e ética:

- Respeito aos princípios da transparência e ética na comunicação institucional, garantindo a veracidade das informações veiculadas e o respeito à legislação vigente.

3.7. Qualificação da equipe:

- Contratação de profissionais qualificados e capacitados para a execução das atividades de comunicação institucional, assegurando a qualidade e eficácia dos serviços prestados.

A adoção da licitação do tipo "técnica e preço" em detrimento do tipo "melhor técnica" encontra respaldo na palavras de Marçal Justen Filho, na página 236 de seu livro "Comentários à lei de contratos de publicidade da administração – Lei nº 12.232/2010":

"Na licitação de melhor técnica, prevê-se um procedimento de negociação da Administração com os licitantes, o que não ocorre na licitação de técnica e preço. Se o licitante tiver formulado as propostas técnica e comercial mais bem classificadas, será

considerado vencedor. Isso raramente ocorre. Usualmente, as propostas técnicas mais bem classificadas não são as de menor valor.

Prevê-se, nesses casos, que a Administração negocie com o autor da proposta técnica mais bem classificada, visando a obter a redução do preço apresentado até o valor da proposta comercial de menor valor. Se tiver êxito, aquele licitante será considerado vencedor.

Se o licitante autor da proposta técnica mais bem classificada recusar-se a reduzir o valor de sua proposta comercial até o montante daquela de menor valor, a Administração passará a negociar com o autor da segunda proposta técnica mais bem classificada e assim por diante. Ou seja, a finalidade é obter a proposta técnica de qualidade mais elevada com o preço da menor proposta comercial.

Portanto, numa licitação de melhor técnica é perfeitamente possível que se sagre vencedor o licitante que tiver ofertado proposta destituída de qualidade mais elevada. Por isso, é essencial nesse tipo de licitação que o edital preveja critérios superiores de aceitabilidade técnica da proposta. Se assim, não fizer, abrir-se-à oportunidade para sagrar-se vencedor um licitante que tiver formulado proposta de qualidade sofrível."

### 3.8 - Dos Requisitos das Comissões de Julgamento

A Lei nº 12.232/2010 trata em seu artigo 10 da criação de subcomissão específica para julgar as propostas técnicas:

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por 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.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Não cabe, neste caso específico

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

§ 7º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

Conforme disposto no referido artigo, a presente licitação deverá adotar, para a composição da Subcomissão Técnica, a quantidade mínima de 3 (três) membros,

formados em comunicação, publicidade ou marketing, sendo um deles sem vínculo funcional com o órgão responsável pela contratação.

Esses são alguns requisitos que podem ser considerados na contratação de serviços. É importante que esses requisitos sejam estabelecidos de forma clara e objetiva no processo de contratação, especificamente no EDITAL, garantindo que os serviços atendam adequadamente às necessidades da população mais vulnerável.

Parte superior do formulário

## LEVANTAMENTO DE MERCADO

Para demonstrar a realização do levantamento de mercado para a contratação de serviços e propaganda e publicidade para município, seguiu algumas etapas:

No caso de serviços de publicidade, a remuneração das agências de publicidade decorre da criação e produção interna, mediante a adoção referencial da Tabela de Custos Internos editada pelos Sindicatos das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial (tabela essa referencial, representando os preços de mercado no interior do estado, conforme estabelece o SENAPRO-BAHIA);

De um percentual máximo de 15% (quinze por cento) de honorários incidente sobre os custos de produção externa (a saber, sobre o custo da produção de um filme publicitário realizado por uma produtora cinematográfica, sobre a criação da agência, a qual igualmente supervisiona toda a produção e a apresentação da obra final ao anunciante);

Eventualmente, através de um valor fixo mensal, calculado em percentual sobre o montante da verba de publicidade, para realizar o acompanhamento e a orientação da comunicação institucional, com assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da entidade pública.

Esses honorários (custos de produção interna e honorários sobre produção externa) são tidos como os preços de mercado.

A Instrução Normativa n. 4, de 2010, da Secretaria da Comunicação Social da Presidência da República, regulamenta a matéria, disciplinando as formas de remuneração, a depender das especificidades dos serviços a serem contratados:

Art. 11. A proposta de preços será constituída dos seguintes quesitos, a depender da composição dos serviços complementares integrantes do objeto:

I – percentual de desconto sobre os custos dos serviços executados pela contratada;

II – percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/65;

III – percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

IV – percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

Assim, o critério de preço escolhido está previsto na legislação de regência da matéria, recomendando-se aos gestores, conhecedores das especificidades dos serviços a serem executados, o enquadramento desses serviços nos critérios estabelecidos no artigo 11 da Instrução Normativa n. 4, de 2010, da Secretaria da Comunicação Social da Presidência da República, que serve de paradigma para as licitações da Administração Pública também nas esferas inferiores, bem como regida pela Lei nº 12.232/2010, portanto as normativas quanto aos procedimentos de licitação e de execução contratual encontram-se determinadas à Administração Pública. A determinação legal abrange inclusive a obrigatoriedade de contratação de agência de publicidade certificada para a execução do

**Praça Emerson Barbosa, nº 01, Centro. CEP: 47.820-000.**

**Telefax: (77)3623-2145 – [licitacao@saodesiderio.ba.gov.br](mailto:licitacao@saodesiderio.ba.gov.br)**

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO- ESTADO DA BAHIA**  
**CNPJ Nº 13.655.436/0001-60**

serviço, não podendo a Administração fazer a contratação direta do objeto em tela, objeto este que também é determinado e delimitado pela lei.

Por um lado, o levantamento de mercado para prospecção das alternativas possíveis de soluções para os serviços de publicidade possui, portanto, certa limitação dada pela Lei nº 12.232/2010.

Por outro lado, o levantamento de mercado teve aplicabilidade e desdobramentos importantes, que ensejaram proposições para atualizações no novo processo licitatório. As 3 (três) principais atualizações encontradas no levantamento de mercado são pertinentes a:

- 1) Aplicação do “desconto-padrão de agência” conforme Anexo B das Normas-Padrão do CENP;
- 2) Alterações dos quesitos da Proposta de Preços a serem apresentadas pelas licitantes;
- 3) Critérios para procedimento de Seleção Interna entre as agências.

#### DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

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

A descrição da solução abrange a prestação de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda para atender a necessidade de informar a população, por meio de campanhas publicitárias de utilidade pública, informativas e demais instruções expedidas pelos órgãos competentes, com a contratação.

#### ESTIMATIVAS E ESPECIFICAÇÕES DAS QUANTIDADES

A estimativa das quantidades foi levantada levando-se em consideração os seguintes parâmetros:

Quantidades utilizadas de criação, produção e veiculação nos anos anteriores pelo período de 12 meses;

As estimativas de consumo individualizadas, encontram-se consignadas na tabela a seguir:

| ÍTEM | DESCRIÇÃO                       | QUANTIDADE ESTIMADA/ANO |
|------|---------------------------------|-------------------------|
| 1    | CRIAÇÃO DEBANNER                | 10                      |
| 2    | CRIAÇÃO CARTAZ                  | 10                      |
| 3    | ENVELOPAMENTO DE VEICULO GRANDE | 5                       |

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO- ESTADO DA BAHIA**  
**CNPJ Nº 13.655.436/0001-60**

|    |   |        |
|----|---|--------|
| 4  | ENVELOPAMENTO DE VEICULO MÉDIO                | 5      |
| 5  | ENVELOPAMENTO DE VEICULO PEQUENO              | 5      |
| 6  | CRIAÇÃO DE FAIXA                              | 30     |
| 7  | CRIAÇÃO OUTDOOR                               | 3      |
| 8  | CRIAÇÃO OUTDOOR DUPLO                         | 2      |
| 9  | CRIAÇÃO PLACA DE SINALIZAÇÃO                  | 20     |
| 10 | CRIAÇÃO PÓRTICO                               | 5      |
| 11 | CRIAÇÃO TESTEIRA                              | 7      |
| 12 | CRIAÇÃO BACKDROP                              | 7      |
| 13 | CARTÃO DE VISITA                              | 2.000  |
| 14 | CRIAÇÃO ENVELOPE                              | 1      |
| 15 | CRIAÇÃO FORMULÁRIO/PAPEL CARTA/ OFÍCIO        | 1      |
| 16 | CRIAÇÃO FOLHETO/FOLDER                        | 10.000 |
| 17 | CRIAÇÃO LIVRO TÉCNICO/MANUAL/CATÁLOGO         | 3      |
| 18 | CRIAÇÃO REVISTA/EDITORIAL                     | 2      |
| 19 | CRIAÇÃO AUDIOVISUAL/DOCUMENTÁRIO (POR MINUTO) | 3      |
| 20 | CRIAÇÃO JINGLE 30"/TRILHA                     | 2      |
| 21 | CRIAÇÃO FILME/VT INSTITUCIONAL 30"            | 3      |
| 22 | CRIAÇÃO VÍDEOCLIQUE 1'/TRILHA                 | 3      |
| 23 | STORYBOARD (POR QUADRO)                       | 10     |
| 24 | CRIAÇÃO SPOT 30"                              | 10     |

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO- ESTADO DA BAHIA**  
**CNPJ Nº 13.655.436/0001-60**

|                   |  |    |
|-------------------|--|----|
| 25                | VT CARTELADO 30" (CRIAÇÃO)                               | 4  |
| 26                | CRIAÇÃO VT CARTELADO 30" BAIXA COMPLEXIDADE              | 5  |
| 27                | CRIAÇÃO DE VT CARTELADO 30" MÉDIA COMPLEXIDADE           | 5  |
| 28                | VT CARTELADO 30" ALTA COMPLEXIDADE                       | 5  |
| 29                | CRIAÇÃO POP /LIGHTBOX                                    | 5  |
| 30                | CRIAÇÃO CONTEÚDO TEXTUAL POR POST                        | 5  |
| 31                | CRIAÇÃO E ANIMAÇÃO DE REELS                              | 5  |
| 32                | CRIAÇÃO E PUBLICAÇÃO DE GIFS PARA STORIES DO INSTAGRAM   | 10 |
| 33                | CRIAÇÃO POST CARROSSEL (ANIMAÇÃO + TEXTO)                | 10 |
| 34                | CRIAÇÃO POST CARROSSEL/JPG + TEXTO)                      | 10 |
| 35                | POST CARROSSEL (ANIMAÇÃO DE GIF)                         | 10 |
| 36                | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANIMAÇÃO ALTA COMPLEXIDAE           | 10 |
| 37                | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANIMAÇÃO BAIXA COMPLEXIDAE          | 5  |
| 38                | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANÚNCIO DE REDES SOCIAIS(GIF+TEXTO) | 5  |
| 30                | CRIAÇÃO POST SIMPLES/GIF                                 | 5  |
| 40                | CRIAÇÃO RELATÓRIO DE DESEMPENHO DE REDES SOCIAIS         | 10 |
| 41                | CRIAÇÃO CRIAÇÃO POST FACEBOOK                            | 5  |
| 42                | CRIAÇÃO STORY ANIMADO                                    | 5  |
| 43                | CRIAÇÃO STORY ESTÁTICO                                   | 10 |
| CRIAÇÃO TELEVISÃO |  |    |
| 45                | VEICULAÇÃO VT 30"  | 10 |

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO- ESTADO DA BAHIA**  
**CNPJ Nº 13.655.436/0001-60**

|       |                                    |     |
|-------|------------------------------------|-----|
| 46    | VEICULAÇÃO VT 1"                   | 20  |
| RÁDIO |                                    |     |
| 47    | VEICULAÇÃO SPOT 30" GRAVADO        | 100 |
| 48    | VEICULAÇÃO SPOT 1" GRAVADO         | 100 |
| 49    | VEICULAÇÃO SPOT 30"<br>TESTEMUNHAL | 50  |
| 50    | VEICULAÇÃO SPOT 1" TESTEMUNHAL     | 50  |
| 51    | VEICULAÇÃO BLOGS                   | 12  |

**9. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

| ÍTEM | DESCRIÇÃO                           | QUANTIDADE<br>E ESTIMADA<br>/ANO | VALOR<br>UNITÁRIO | VALOR TOTAL<br>R\$ |
|------|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------|--------------------|
| 1    | CRIAÇÃO DE BANNER                   | 10                               | R\$ 886,20        | R\$ 8.862,00       |
| 2    | CRIAÇÃO CARTAZ                      | 10                               | R\$ 2.881,80      | R\$ 28.818,00      |
| 3    | ENVELOPAMENTO DE VEICULO<br>GRANDE  | 5                                | R\$ 6.293,40      | R\$ 31.467,00      |
| 4    | ENVELOPAMENTO DE VEICULO<br>MÉDIO   | 5                                | R\$ 4.291,80      | R\$ 21.459,00      |
| 5    | ENVELOPAMENTO DE VEICULO<br>PEQUENO | 5                                | R\$ 2.860,80      | R\$ 14.304,00      |
| 6    | CRIAÇÃO DE FAIXA                    | 30                               | R\$ 559,20        | R\$ 16.776,00      |
| 7    | CRIAÇÃO OUTDOOR                     | 3                                | R\$ 3.371,40      | R\$ 10.114,20      |
| 8    | CRIAÇÃO OUTDOOR DUPLO               | 2                                | R\$ 7.375,20      | R\$ 14.750,40      |
| 9    | CRIAÇÃO PLACA DE SINALIZAÇÃO        | 20                               | R\$ 700,20        | R\$ 14.004,00      |
| 10   | CRIAÇÃO PÓRTICO                     | 5                                | R\$ 3.939,00      | R\$ 19.695,00      |

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO- ESTADO DA BAHIA**  
**CNPJ Nº 13.655.436/0001-60**

|    |   |        |               |               |
|----|---|--------|---------------|---------------|
| 11 | CRIAÇÃO TESTEIRA                                    | 7      | R\$ 2.320,80  | R\$ 16.245,60 |
| 12 | CRIAÇÃO BACKDROP                                    | 7      | R\$ 1.977,60  | R\$ 13.843,20 |
| 13 | CARTÃO DE VISITA                                    | 20     | R\$ 656,40    | R\$ 13.128,00 |
| 14 | CRIAÇÃO ENVELOPE                                    | 1      | R\$ 729,60    | R\$ 729,60    |
| 15 | CRIAÇÃO FORMULÁRIO/PAPEL<br>CARTA/ OFÍCIO           | 1      | R\$ 858,60    | R\$ 858,60    |
| 16 | CRIAÇÃO<br>FOLHETO/FOLDER/IMPRESSÃO                 | 10.000 | R\$ 5,40      | R\$ 54.000,00 |
| 17 | CRIAÇÃO LIVRO<br>TÉCNICO/MANUAL/CATÁLOGO            | 3      | R\$ 1.150,80  | R\$ 3.452,40  |
| 18 | CRIAÇÃO REVISTA/EDITORIAL                           | 2      | R\$ 1.376,40  | R\$ 2.752,80  |
| 19 | CRIAÇÃO<br>AUDIOVISUAL/DOCUMENTÁRIO (POR<br>MINUTO) | 3      | R\$ 4.543,00  | R\$ 13.629,00 |
| 20 | CRIAÇÃO JINGLE 30"/TRILHA                           | 2      | R\$ 7.368,00  | R\$ 14.736,00 |
| 21 | CRIAÇÃO FILME/VT INSTITUCIONAL<br>30"               | 3      | R\$ 12.191,00 | R\$ 36.573,00 |
| 22 | CRIAÇÃO VÍDEOCLIQUE 1'/TRILHA                       | 3      | R\$ 7.368,00  | R\$ 22.104,00 |
| 23 | STORYBOARD (POR QUADRO)                             | 10     | R\$ 253,00    | R\$ 2.530,00  |
| 24 | CRIAÇÃO SPOT 30"                                    | 10     | R\$ 4.609,00  | R\$ 46.090,00 |
| 25 | VT CARTELADO 30" (CRIAÇÃO)                          | 4      | R\$ 4.298,40  | R\$ 17.193,60 |
| 26 | CRIAÇÃO VT CARTELADO 30" BAIXA<br>COMPLEXIDADE      | 5      | R\$ 8.154,60  | R\$ 40.773,00 |
| 27 | CRIAÇÃO DE VT CARTELADO 30"<br>MÉDIA COMPLEXIDADE   | 5      | R\$ 12.232,80 | R\$ 61.164,00 |
| 28 | VT CARTELADO 30" ALTA<br>COMPLEXIDADE               | 5      | R\$ 18.349,20 | R\$ 91.746,00 |
| 29 | CRIAÇÃO POP /LIGHTBOX                               | 5      | R\$ 3.066,60  | R\$ 15.333,00 |
| 30 | CRIAÇÃO CONTEÚDO TEXTUAL POR<br>POST                | 5      | R\$ 2.143,00  | R\$ 10.715,00 |
| 31 | CRIAÇÃO E ANIMAÇÃO DE REELS                         | 5      | R\$ 2.872,00  | R\$ 14.360,00 |

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DESIDÉRIO- ESTADO DA BAHIA**  
**CNPJ Nº 13.655.436/0001-60**

|    |  |     |              |               |
|----|--|-----|--------------|---------------|
| 32 | CRIAÇÃO E PUBLICAÇÃO DE GIFS PARA STORIES DO INSTAGRAM   | 10  | R\$ 2.143,00 | R\$ 21.430,00 |
| 33 | CRIAÇÃO POST CARROSSEL (ANIMAÇÃO + TEXTO)                | 10  | R\$ 4.964,00 | R\$ 49.640,00 |
| 34 | CRIAÇÃO POST CARROSSEL/JPG + TEXTO)                      | 5   | R\$ 4.121,00 | R\$ 20.605,00 |
| 35 | POST CARROSSEL (ANIMAÇÃO DE GIF)                         | 10  | R\$ 1.072,00 | R\$ 10.720,00 |
| 36 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANIMAÇÃO ALTA COMPLEXIDADE          | 5   | R\$ 4.964,00 | R\$ 24.820,00 |
| 37 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANIMAÇÃO BAIXA COMPLEXIDADE         | 5   | R\$ 2.802,00 | R\$ 14.010,00 |
| 38 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/ANÚNCIO DE REDES SOCIAIS(GIF+TEXTO) | 5   | R\$ 2.802,00 | R\$ 14.010,00 |
| 39 | CRIAÇÃO POST SIMPLES/GIF                                 | 5   | R\$ 1.072,00 | R\$ 5.360,00  |
| 40 | CRIAÇÃO RELATÓRIO DE DESEMPENHO DE REDES SOCIAIS         | 10  | R\$ 2.473,00 | R\$ 24.730,00 |
| 41 | CRIAÇÃO CRIAÇÃO POST FACEBOOK                            | 5   | R\$ 4.121,00 | R\$ 20.605,00 |
| 42 | CRIAÇÃO STORY ANIMADO                                    | 5   | R\$ 4.946,00 | R\$ 24.730,00 |
| 43 | CRIAÇÃO STORY ESTÁTICO                                   | 10  | R\$ 4.121,00 | R\$ 41.210,00 |
|    | TELEVISÃO  |     |              |               |
| 44 | VEICULAÇÃO VT 30"  | 10  | R\$ 1.615,00 | R\$ 16.150,00 |
| 45 | VEICULAÇÃO VT 1"   | 20  | R\$ 3.230,00 | R\$ 64.600,00 |
|    | RÁDIO  |     |              |               |
| 46 | VEICULAÇÃO SPOT 30" GRAVADO                              | 100 | R\$ 12,00    | R\$ 1.200,00  |
| 47 | VEICULAÇÃO SPOT 1" GRAVADO                               | 100 | R\$ 24,00    | R\$ 2.400,00  |
| 48 | VEICULAÇÃO SPOT 30" TESTEMUNHAL                          | 50  | R\$ 24,00    | R\$ 1.200,00  |
| 49 | VEICULAÇÕES POT 1" TESTEMUNHAL                           | 50  | R\$ 48,00    | R\$ 2.400,00  |
| 50 | VEICULAÇÃO BLOGS   | 12  | R\$ 2.000    | R\$ 24.000,00 |

|  |       |  |  |                     |
|--|-------|--|--|---------------------|
|  |       |  |  |                     |
|  | TOTAL |  |  | R\$<br>1.056.026,40 |

O valor total para à contratação dos serviços do presente objeto é de R\$ 1.056.026,40 (um milhão , cinquenta e seis mil, vinte e seis reais e quarenta centavos), conforme apresentado neste Estudo Técnico Preliminar.

Considerando o Art. 6º da IN nº 73/2020, foi utilizado, como método para obtenção do preço estimado por item, a média aritmética dos valores obtidos na pesquisa de preços, sobre um conjunto de três preços. Foi utilizada a metodologia da média aritmética dos valores obtidos na pesquisa de preços, com a desconsideração de valores inexequíveis, inconsistentes e excessivamente elevados, para estabelecer um preço de referência condizente com o praticado no mercado.

#### JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

Em regra, conforme art. 40, § 2º da Lei 14.133/2021, as compras poderão ser divididos em tantas parcelas quantas se comprovarem técnica e economicamente viáveis, procedendo-se à licitação com vistas ao melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e à ampliação da competitividade sem perda da economia de escala.

O planejamento da compra deverá atender, entre outros, ao princípio do parcelamento, quando for tecnicamente viável e economicamente vantajoso, com vistas ao melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e à ampliação da competitividade sem perda da economia de escala.

Considerando as especificidades do presente objeto por tratar-se de um serviço sensível para a instituição, o parcelamento não é alternativa viável. É desejável que uma única contratada efetue por completo o serviços propostos.

#### CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não se faz necessária a realização de demais contratações correlatas e ou interdependentes ao objeto pretendido, nem há pretensão de realizar contratações futuras para que o objetivo desta contratação seja atingido, razão pela qual este item não será considerado no planejamento.

#### DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL ALINHANDO COM INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO DO ÓRGÃO OU ENTIDADE

O plano de contratação anual é uma ferramenta estratégica fundamental para a gestão eficiente dos recursos públicos.

Vale ressaltar que a inclusão deste objeto no plano de contratações anual é reflexo do compromisso estratégico da Administração em direcionar recursos para iniciativas que promovam o desenvolvimento econômico, social e sustentável.

Ao alinhar essa contratação com o planejamento anual, a Administração reforça sua visão estratégica, que busca não apenas resolver problemas imediatos, mas estabelecer bases sólidas para um progresso contínuo. Essa estratégia demonstra um comprometimento com

a eficiência na gestão pública, ao assegurar que os recursos sejam alocados de forma a maximizar os benefícios para a população.

O planejamento cuidadoso e o alinhamento desta contratação com os objetivos da Administração revelam uma abordagem proativa e responsável, na qual as ações são pensadas para impactar positivamente a vida dos cidadãos. Esse alinhamento é um indicativo do compromisso contínuo em atender às demandas da sociedade de maneira ética, transparente e alinhada com os propósitos estabelecidos para a gestão pública.

Em se tratando de contratação para o ano de 2025, na fase de implementação da Nova Lei de Licitação ( Lei 14.133/021), em que se estabelece que toda e qualquer contratação deve estar alinhada com o no Plano de Contratações Anual (PCA), considerando que a comunicação do Poder Executivo Municipal baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever da Administração Pública informar, portanto serviço indispensável no cumprimento da gestão de transparência, é imprescindível constar no PCA 25 da prefeitura municipal de São Desidério, portanto, os serviços de comunicação farão parte integrante desse documento de Planejamento das Contratações.

A contratação, ora pleiteada contempla o programa temático PLANEJAMENTO E GESTÃO, do Gabinete do Prefeito, que tem como objetivo estratégico: Desenvolver ações de atendimento e integração da população com a gestão, com transparência e fortalecimento dos atos de governo, ações 2.076 – Manutenção da comunicação governamental, do PPA 2022/2025.

#### RESULTADOS PRETENDIDOS

13.1. Pretende-se alcançar, com esta contratação, padrão de qualidade na comunicação de governo do Poder Executivo Municipal;

13.2. Objetiva-se garantir, por meio da execução contratual para os serviços de comunicação, que comunidade seja informada de maneira aberta e transparente dos atos de governo, na prestação de serviços de utilidade pública.

13.3. Além de transparência na divulgação das atividades e aos atos institucionais da gestão, garantir a acessibilidade, a integralidade e a integridade das informações, conferindo-lhe identidade e objetivos sociais de interesse público de sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social para a comunidade local.

13.4. Os resultados acima descritos devem ser alcançados através da conciliação entre os menores custos possíveis e o atendimento das necessidades da Administração, em consonância com o princípios da eficiência e economicidade.

Parte superior do formulário

#### PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

14.1. Considerando que as propostas técnicas de licitações de publicidade devem comprovar a qualidade artística do trabalho da agência e comprovar a capacidade da agência de atender ao contrato objeto de dada licitação. Por esse motivo, as propostas técnicas devem divididas, como regra, em 3 envelopes:

Envelope 1 – Campanha simulada, em via anônima (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada)

Envelope 2 – Versão identificada da campanha simulada (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada)

Envelope 3 – Elementos que comprovem a capacidade da agência de atender ao contrato (geralmente distribuídos nos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação)

14.2. Estabelecer Gestor e fiscal de contrato.

#### IMPACTOS AMBIENTAIS E MEDIDAS DE TRATAMENTO

Como medidas mitigadoras cabe descrever neste estudo o Art. 4º do Decreto nº 7.746, de 5 de junho de 2012, para estabelecer critérios e práticas para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações realizadas pela administração pública federal direta, autárquica e fundacional e pelas empresas estatais dependentes:

"Art. 4º São diretrizes de sustentabilidade, entre outras:

- I - Menor impacto sobre recursos naturais como flora, fauna, ar, solo e água;
- II - Preferência para materiais, tecnologias e matérias-primas de origem local;
- III - Maior eficiência na utilização de recursos naturais como água e energia;
- IV - Maior geração de empregos, preferencialmente com mão de obra local;
- V - Maior vida útil e menor custo de manutenção do bem e da obra;
- VI - Uso de inovações que reduzam a pressão sobre recursos naturais; e
- VII Origem ambientalmente regular dos recursos naturais utilizados nos bens, serviços e obras."

Portanto, a presente contratação não envolve impactos diretos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas, no âmbito das "Obrigações da Contratada", estabelecendo dentre as obrigações a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

#### POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A VIABILIDADE E RAZOABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Esta equipe de planejamento declara viável esta contratação como indispensável para integração da prefeitura com a comunidade local.

#### 14.1. Justificativa da Viabilidade

A contratação pretendida mostra-se viável, atende adequadamente às demandas da prefeitura formuladas, as diretrizes do normativo, os benefícios pretendidos são adequados, os custos previstos são compatíveis e caracterizam a economicidade, os riscos envolvidos são administráveis e a área requisitante priorizará o fornecimento de todos os elementos aqui relacionados necessários à consecução dos benefícios pretendidos, pelo que recomendamos viável a contratação pelo prazo inicial de 12 meses, podendo ser prorrogado com decisão justificada. Vale ressaltar, que, com contratação dos serviços de comunicação, almeja-se promover maior integração da prefeitura com os cidadãos.

#### EQUIPE DE PLANEJAMENTO:

Técnico Responsável pela Elaboração Parte superior do formulário

**Praça Emerson Barbosa, nº 01, Centro. CEP: 47.820-000.**  
**Telefax: (77)3623-2145 – [licitacao@saodesiderio.ba.gov.br](mailto:licitacao@saodesiderio.ba.gov.br)**

**ANEXO VII**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE INSTALAÇÃO, EQUIPAMENTO E PESSOAL TÉCNICO ESPECIALIZADO**

A Comissão de Licitação  
Prefeitura de São Desidério  
Concorrência nº \_\_\_\_/2026

A empresa (Nome da Empresa) CNPJ/MF Nº

\_\_\_\_\_, sediada (Endereço Completo), DECLARA que, conforme estabelece o artigo 67, inc. III, da Lei Federal nº 14.133/2021, dispõe de instalação (RELACIONAR), equipamentos (RELACIONAR) e equipe técnica especializada (RELACIONAR), para a execução do objeto do presente processo.

Local e data

\_\_\_\_\_  
EMPRESA XXXXXXXXX

**ANEXO VIII**

MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE NÃO POSSUI VÍNCULO COM AGENTE PÚBLICO.

A Comissão de Contratação  
Prefeitura de São Desidério  
Concorrência nº \_\_\_\_/2026

A empresa (Nome da Empresa) CNPJ/MF Nº

\_\_\_\_\_, sediada (Endereço Completo), DECLARA que não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, nos termos do Inciso IV, do Artigo 14, da Lei Federal nº 14.133/2021.

Local e data

\_\_\_\_\_  
EMPRESA XXXXXXXXX

**ANEXO IX**

**DECLARAÇÃO DE QUE O LICITANTE TOMOU CONHECIMENTO DE TODAS AS  
INFORMAÇÕES E DAS CONDIÇÕES LOCAIS PARA O CUMPRIMENTO DAS  
OBRIGAÇÕES OBJETO DA LICITAÇÃO**

A Comissão de Contratação  
Prefeitura de São Desidério  
Concorrência nº \_\_\_\_/2026

A empresa \_\_\_\_\_ inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal ou credenciado, Sr(a) \_\_\_\_\_, portador do Documento de Identidade nº \_\_\_\_\_ e inscrito no CPF sob o nº \_\_\_\_\_, DECLARA que de que atendem aos requisitos de habilitação, definidos no Edital de Licitação acima referenciado, a teor do art. 63 I da Lei Federal nº 14.133/2021, e está ciente que responderá pela veracidade das informações prestadas, sob pena de responsabilização nos termos da lei.  
....., de ..... de..... de 202...

\_\_\_\_\_  
EMPRESA XXXXXXXXXX

OBS: DEVERÁ SER EM PAPEL TIMBRADO PELA EMPRESA

**ANEXO X**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE NÃO EMPREGA MENOR DE IDADE**

A Comissão de Contratação  
Prefeitura de São Desidério  
Concorrência nº \_\_\_\_/2026

A empresa (Nome da Empresa) CNPJ/MF Nº

\_\_\_\_\_, sediada (Endereço Completo), DECLARA que esta Empresa em qualquer fase de suas atividades, não utiliza trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 (dezoito) e de qualquer trabalho a menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (catorze) anos, em observância ao artigo 7º, inciso XXXIII da Constituição Federal, combinado com o artigo 68, inc. VI da Lei Federal 14.133/2021 e suas alterações.

Local e data

\_\_\_\_\_  
EMPRESA XXXXXXXXX

**ANEXO XI**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO**

Ao Comissão de Contratação  
Prefeitura de São Desidério  
Concorrência nº \_\_\_\_/2026

A empresa (Nome da Empresa) CNPJ/MF Nº

\_\_\_\_\_, sediada (Endereço Completo), DECLARA ser Microempresa ou empresa de pequeno porte nos termos da legislação vigente, não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no §4, do artigo 3º, da Lei Complementar nº 123/06, e tendo interesse em se beneficiar dos benefícios nela contidos para efeitos de licitação, quando e no que couber.

Local e data

\_\_\_\_\_  
EMPRESA XXXXXXXXX

**ANEXO XII**

**DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE AS EXIGÊNCIAS DE RESERVA DE CARGOS PARA PESSOA COM DEFICIÊNCIA E PARA REABILITADO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL, PREVISTAS EM LEI E EM OUTRAS NORMAS ESPECÍFICAS**

Ao Comissão de Contratação  
Prefeitura de São Desidério  
Concorrência nº \_\_\_\_/2026

Declaro para os devidos fins de direito e, sob as penas da lei, que a empresa  
....., CNPJ nº ....., sediada na  
....., nº....., Bairro ....., cidade  
de....., está “desobrigada legalmente da” ou “cumpre a” exigência  
legal de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para pessoa em reabilitação de  
que trata o artigo nº: 93 da Lei nº: 8213/1991;

....., de ..... de..... de 202...

\_\_\_\_\_  
EMPRESA XXXXXXXXX

OBS: DEVERÁ SER EM PAPEL TIMBRADO PELA EMPRESA