EDITAL Nº 041/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 012/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 590/2026

BAREMA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

1. ESTRUTURA DO JULGAMENTO

1.1. O julgamento compreende duas notas:

a) **Nota Técnica (NT)**, de 0 a 100 pontos, atribuída pela Subcomissão Técnica;

b) **Nota de Preço (NP)**, de 0 a 100 pontos, apurada pela Comissão Especial de Licitação mediante aplicação de fórmulas objetivas.

1.2. A **Nota Final (NF)** será obtida pela média ponderada, com peso 7 (sete) para a técnica e peso 3 (três) para o preço, na forma do art. 36, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021:

NF = (NT × 0,7) + (NP × 0,3)

1.3. Os resultados serão apurados com 2 (duas) casas decimais, desprezando-se as demais.

2. QUADRO GERAL DE PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

Quesito	Subquesito	Pontuação máxima
1.Plano de Comunicação Publicitária	a) Raciocínio Básico	5
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	15
	c) Ideia Criativa	30
	d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
	Subtotal	**65**
2.Capacidade de Atendimento	a) Experiência e qualificação dos profissionais	8
	b) Recursos humanos e infraestrutura operacional	4
	c) Sistemática de atendimento e informações de marketing	3
	Subtotal	**15**
3.Repertório	a) Ideia criativa e sua pertinência	5
	b) Clareza da exposição da campanha	2
	c) Qualidade da execução e do acabamento	3
	Subtotal	**10**
4.Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) Concatenação lógica da exposição	2
	b) Evidência do planejamento publicitário	3
	c) Consistência entre problema e solução	3
	d) Relevância dos resultados apresentados	2
	Subtotal	**10**
TOTAL		**100**

3. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO POR SUBQUESITO

3.1. Plano de Comunicação Publicitária — 65 pontos

a) Raciocínio Básico — 5 pontos. Avalia-se a acuidade da compreensão do problema específico de comunicação descrito no briefing; a compreensão do papel do Município e do contexto do destino turístico; e a clareza e a objetividade da exposição.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária — 15 pontos. Avalia-se a adequação do partido temático e do conceito ao desafio apresentado; a consistência lógica entre o diagnóstico e a estratégia proposta; a pertinência da linha criativa ao público-alvo; e a riqueza de desdobramentos positivos da estratégia.

c) Ideia Criativa — 30 pontos. Avalia-se a originalidade da ideia em relação ao repertório conhecido; a pertinência ao problema e ao conceito defendidos; a exequibilidade dentro da verba referencial; a adequação da linguagem a cada meio; e a qualidade da expressão das peças apresentadas, incluindo a peça de não mídia.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia — 15 pontos. Avalia-se o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo; a consistência entre a estratégia de mídia e a estratégia de comunicação; a economicidade e a otimização da verba referencial; a pertinência das praças e dos meios escolhidos, inclusive a justificativa técnica da praça nacional emissora de turistas, de inclusão obrigatória; a consistência da estratégia de redes sociais, igualmente obrigatória; e a clareza do quadro resumo de aplicação da verba, que deve discriminar em linhas próprias o investimento em praça nacional e em redes sociais.

A ausência de praça nacional ou de estratégia de redes sociais no plano apresentado caracteriza desatendimento ao briefing e será valorada negativamente neste subquesito.

3.2. Capacidade de Atendimento — 15 pontos

a) Experiência e qualificação dos profissionais — 8 pontos. Avalia-se a experiência dos profissionais que serão alocados ao contrato, comprovada por currículo resumido, e a adequação de sua formação às funções indicadas.

b) Recursos humanos e infraestrutura operacional — 4 pontos. Avalia-se a adequação quantitativa e qualitativa da equipe e da infraestrutura às exigências do objeto, incluindo a capacidade de atendimento a um município de território insular.

c) Sistemática de atendimento e informações de marketing — 3 pontos. Avalia-se a clareza dos fluxos de atendimento, dos prazos de resposta e dos procedimentos de aprovação, bem como a disponibilidade de fontes de informação de mercado e de aferição de resultados.

3.3. Repertório — 10 pontos

a) Ideia criativa e sua pertinência — 5 pontos. Avalia-se a qualidade das ideias das peças apresentadas e sua adequação aos problemas de comunicação que se propuseram a resolver.

b) Clareza da exposição da campanha — 2 pontos. Avalia-se a facilidade de compreensão da mensagem pelo público a que se destinava.

c) Qualidade da execução e do acabamento — 3 pontos. Avalia-se o padrão técnico de produção e de finalização das peças.

3.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação — 10 pontos

a) Concatenação lógica da exposição — 2 pontos.

b) Evidência do planejamento publicitário — 3 pontos.

c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução — 3 pontos.

d) Relevância dos resultados apresentados — 2 pontos.

4. ESCALA DE GRADAÇÃO

4.1. Para cada subquesito, o membro da Subcomissão Técnica atribuirá a pontuação correspondente ao conceito que melhor traduza a avaliação da proposta, mediante exame comparativo entre as propostas apresentadas:

Conceito	Percentual da pontuação máxima do subquesito
Excelente	de 91% a 100%

Conceito	Percentual da pontuação máxima do subquesito
Muito bom	de 71% a 90%
Bom	de 51% a 70%
Regular	de 31% a 50%
Fraco	de 1% a 30%
Não atende	0%

4.2. A atribuição de pontuação será justificada por escrito pelo membro, em sua planilha individual.
4.3. **Atenção:** a atribuição de pontuação zero a qualquer quesito ou subquesito implica a desclassificação da Proposta Técnica.

5. APURAÇÃO DA NOTA TÉCNICA

5.1. A nota de cada subquesito corresponderá à **média aritmética** das notas atribuídas pelos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica.
5.2. A nota de cada quesito corresponderá à soma das notas de seus subquesitos, e a Nota Técnica corresponderá à soma das notas dos quatro quesitos.
5.3. A Subcomissão Técnica **reavaliará** a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuídas pelos seus membros for superior a **20% (vinte por cento)** da pontuação máxima daquele quesito ou subquesito, na forma do art. 6º, VII, da Lei Federal nº 12.232/2010.
5.4. Persistindo a diferença após a reavaliação, os membros autores das pontuações destoantes registrarão em ata as razões que os levaram a mantê-las.
5.5. Será **desclassificada** a Proposta Técnica que:
a) não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
b) obtiver Nota Técnica total inferior a 70 (setenta) pontos;
c) obtiver pontuação zero em qualquer quesito ou subquesito;
d) apresentar, no Invólucro nº 1, qualquer elemento que permita identificar sua autoria.
5.6. As propostas desclassificadas também serão pontuadas, lançando-se as planilhas respectivas em invólucro lacrado, que será aberto somente após o encerramento dos prazos recursais, na forma do art. 6º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

6. APURAÇÃO DA NOTA DE PREÇO

6.1. A Nota de Preço (NP) será obtida pela soma dos pontos atribuídos aos quatro itens da Planilha de Preços:
NP = P1 + P2 + P3 + P4

Item	Objeto da oferta	Limite	Pontos	Fórmula
P1	Desconto sobre os custos internos, conforme tabela do SINAPRO-BA	mínimo de 40%	60	P1 = 60 × (D ÷ Dmaior)
P2	Honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação	máximo de 3%	10	P2 = 10 × (1 − H2 ÷ 3)
P3	Honorários sobre formas inovadoras de comunicação	máximo de 3%	10	P3 = 10 × (1 − H3 ÷ 3)
P4	Honorários sobre produção e execução técnica de peças e materiais cuja distribuição não proporcione desconto de agência	máximo de 8%	20	P4 = 20 × (1 − H4 ÷ 8)

6.2. Legenda: **D** é o percentual de desconto ofertado pela licitante; **Dmaior** é o maior percentual de desconto ofertado entre as propostas classificadas na fase técnica; **H2**, **H3** e **H4** são os percentuais de honorários ofertados pela licitante nos respectivos itens.
6.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que ofertar desconto inferior a 40%, honorários superiores a 3% nos itens P2 e P3 ou honorários superiores a 8% no item P4.
6.4. Exemplo de aplicação, meramente ilustrativo:

Licitante	D	H2	H3	H4	P1	P2	P3	P4	NP
Alfa	50%	2%	2%	6%	50,00	3,33	3,33	5,00	61,66
Beta	60%	1%	3%	8%	60,00	6,67	0,00	0,00	66,67
Gama	40%	0%	0%	4%	40,00	10,00	10,00	10,00	70,00

6.5. No exemplo, o maior desconto ofertado é 60% (licitante Beta), razão pela qual P1 de Alfa corresponde a $60 \times (50 \div 60) = 50{,}00$ pontos.

7. APURAÇÃO DA NOTA FINAL E CRITÉRIOS DE DESEMPATE

7.1. A Nota Final será calculada por **NF = (NT × 0,7) + (NP × 0,3)**, sendo declarada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Final.
7.2. Em caso de empate na Nota Final, a classificação observará, sucessivamente:

a) a maior Nota Técnica;
b) a maior pontuação no quesito Plano de Comunicação Publicitária;
c) a maior pontuação no subquesito Ideia Criativa;
d) a maior pontuação no quesito Capacidade de Atendimento;
e) os critérios de desempate do art. 60 da Lei Federal nº 14.133/2021;
f) sorteio em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas.

EDITAL Nº 041/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 012/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 590/2026

ANEXO I

PLANILHA INDIVIDUAL DE PONTUAÇÃO — SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Concorrência nº 012 /2026
Membro da Subcomissão Técnica: _____
Proposta avaliada (via não identificada) nº: _____

Quesito / Subquesito	Pontuação máxima	Pontuação atribuída	Justificativa
1.a) Raciocínio Básico	5		
1.b) Estratégia de Comunicação Publicitária	15		
1.c) Ideia Criativa	30		
1.d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	15		
2.a) Experiência e qualificação dos profissionais	8		
2.b) Recursos humanos e infraestrutura	4		
2.c) Sistemática de atendimento	3		
3.a) Ideia criativa e pertinência	5		
3.b) Clareza da exposição	2		
3.c) Qualidade da execução	3		
4.a) Concatenação lógica	2		
4.b) Evidência de planejamento	3		
4.c) Consistência problema-solução	3		
4.d) Relevância dos resultados	2		
TOTAL	**100**		

Observação: os quesitos 2, 3 e 4 somente serão avaliados após a conclusão do julgamento do Invólucro nº 1, conforme o rito do art. 11, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

Cairu/BA, _____ de _____ de _____.

Assinatura: _____

EDITAL Nº 041/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 012/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 590/2026

ANEXO II

MAPA CONSOLIDADO DE APURAÇÃO

Licitante	NT	NP	NF = (NT × 0,7) + (NP × 0,3)	Classificação

Comissão Especial de Contratação:

Robson Vicente Silva dos Santos
Carlos Benedito Guimarães da Silva
Patrícia da Silva Félix
Decreto nº 3.634 de 03 de Novembro de 2026