EDITAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 0831032/2026

OBJETO: contratação de serviços de publicidade por intermédio de 01 (uma) 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, no âmbito da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal de Eunápolis-BA .

VALOR DA CONTRATAÇÃO: R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)

DATA DA SESSÃO: dia 05 de janeiro de 2027, às 10H00M horas (horário de Brasília)

LOCAL DE ABERTURA: Rua do Ceasa, n. 30, bairro Centauro. Município de Eunápolis/BA, CEP: 45821-210 (Gabinete do Prefeito).

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Melhor Técnica.

MODO DE DISPUTA: Fechado.

PREFERÊNCIA ME/EPP/EQUIPARADAS: Não (participação permitida).

1 – DO PROCESSO

1.1 O Município de Eunápolis-BA, doravante denominado Contratante, por intermédio da Comissão Permanente de Contratação, designada pela Decreto nº 12.737/2025, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA**, do tipo Melhor Técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, conforme autorização contida no Processo Administrativo n° **0831032/2026**, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021, o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei 4.680/1965, o Código de Autorregulamentação Publicitária de 1978, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária edição de março de 2004, sob orientação do Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP), pela Lei 12.232 de 29 de abril de 2010.

1.3 Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, e as disposições deste Edital.

2. OBJETO

2.1 Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade por intermédio de 01 (uma) 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, no âmbito da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal de Eunápolis-BA.

2.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, 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 dos contratos;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;

c) 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 ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva 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 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e 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 pesquisa de opinião pública, 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 veículos de divulgação.

2.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas 1 (uma) agência de propaganda, doravante denomina da agência, licitante ou contratada.

2.2.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.2.2 A agência atuará por ordem e conta do 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.

2.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 As despesas decorrentes da execução da presente licitação ocorrerão pelas dotações orçamentarias dos órgãos e entidades a seguir indicados, para o exercício de 2026, devidamente ajustadas nas dotações dos exercícios subsequentes.

ÓRGÃO	FONTE	Projeto/Atividade	Elemento de Despesa
12	15000000	04.122.0005.2200	33903900
11	15001001	12.131.0012.2402	33903900
06	15000000	04.131.0002.2142	33903900
09	15000000	08.122.0007.2300	33903900
09	15000000	08.306.0007.2310	33903900
09	16600000	08.244.0008.2320	33903900
09	16600000	08.244.0007.2321	33903900
09	16600000	08.125.0007.2322	33903900
09	16610000	08.245.0009.2326	33903900
09	16600000	08.245.0009.2326	33903900
09	16600000	08.245.0008.2325	33903900
09	16610000	08.245.0008.2325	33903900

17	16000000	10.305.0020.2626	33903900
17	15001002	10.131.0021.2603	33903900

3.3 Ao Munícipio de Eunápolis-BA se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4 No interesse do Contratante, a contratada ficará 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 contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei 14.133/2021.

3.5 Se o Contratante optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

4.1.1 É admitida a participação de microempresas e empresas de pequeno porte, em igualdade de condições com as demais licitantes. Considerando que o valor estimado deste único item de serviços é de R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), superior ao limite de receita bruta de R$ 4.800.000,00 previsto no art. 3º, II, da Lei Complementar nº 123/2006, não se aplicam a esta contratação os benefícios previstos nos arts. 42 a 49 da referida Lei Complementar, na forma do art. 4º, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021, inclusive empate ficto, preferência de contratação e prazo diferenciado de regularização fiscal e trabalhista.

4.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Eunápolis-BA;

b) b) cuja falência tenha sido decretada ou que se encontre em liquidação ou dissolução, ressalvadas as reorganizações societárias que não comprometam a capacidade de execução. A existência de recuperação judicial ou extrajudicial, por si só, não impedirá a participação da licitante, desde que ela demonstre, pelos

documentos de habilitação econômico-financeira e demais elementos pertinentes, capacidade financeira e viabilidade para cumprir as obrigações da contratação;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou mantenham vínculo profissional direto com o Contratante, desde que, nesta última hipótese, a situação configure impedimento legalmente previsto ou vínculo capaz de comprometer a imparcialidade do procedimento, nos termos dos arts. 9º e 14 da Lei nº 14.133/2021. Não constitui impedimento automático o vínculo profissional pretérito ou atual que não se enquadre nessas hipóteses legais.

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1 Para verificação de impedimentos à participação e à contratação, a Comissão consultará o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e o Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade (CNJ), sem prejuízo de outras bases oficiais pertinentes, observando-se o art. 91, § 4º, da Lei nº 14.133/2021 e o alcance das sanções aplicáveis.

4.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

4.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência,

não sendo o Contratante, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. DO EDITAL

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

I - www.gov.br/pncp

II - https://www.eunapolis.ba.gov.br

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

6. ESCLARECIMENTO SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

I - Por carta ou ofício: protocolizado no setor do Contratante, situado em endereço, de segunda a quinta-feira, no horário de 08h30m às 11h30m ou das 14h30m às 16h00m, na sexta feira das 08h30m às 13h00m, no Núcleo de Licitações e Contratos, situado na Rua Arquimedes Martins, 525, Centauro, Eunápolis – BA, CEP: 45.821-900;

II - Pelo e-mail licitacao@eunapolis.ba.gov.br do Contratante.

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Contratação em até 03 (três) dias úteis.

6.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, https://diario.eunapolis.ba.gov.br/homepage, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.2.2 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.2.3 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a quinta-feira, no horário de 08h30m às 11h30m ou das 14h30m às 16h00m, na sexta feira das 08h30m às 13h00m, no Núcleo de Licitações e Contratos, situado na Rua Arquimedes Martins, 525, Centauro, Eunápolis – BA, CEP: 45.821-900.

7.2 A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitacao@eunapolis.ba.gov.br do Contratante, observados os prazos descritos no subitem 7.6.

7.3 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.4 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.5 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.6 Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133/2021 ou para solicitar esclarecimento sobre seus termos, devendo protocolar o pedido até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

I - Os pedidos apresentados até o prazo indicado no subitem 7.6 serão processados e decididos na forma da legislação aplicável, sem exigência de retirada prévia do Edital pelo interessado.

7.7 A legitimidade para impugnar o Edital ou solicitar esclarecimentos independe de cadastramento prévio, credenciamento ou retirada formal do instrumento convocatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Contratação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Permanente de Contratação ateste sua autenticidade.

8.1.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será realizado mediante procuração por instrumento público ou particular, com poderes de representação suficientes para os atos do certame, acompanhada de documento que comprove os poderes de quem a outorgou e de cópia de documento oficial de identificação do signatário da procuração, para conferência da autenticidade da assinatura pela Comissão. Será admitida assinatura eletrônica mediante certificado digital verificável, inclusive certificado ICP-Brasil, ou assinatura manuscrita sem reconhecimento de firma, desde que sua autenticidade possa ser conferida pela Comissão por meio dos documentos apresentados e de diligência, quando necessária. O reconhecimento de firma somente poderá ser exigido nas hipóteses legais ou diante de dúvida fundada quanto à autenticidade, nos termos do art. 12, V, da Lei nº 14.133/2021.

8.1.4 Em caso de procuração assinada digitalmente verificável, inclusive certificado ICP-Brasil, esta deverá vir acompanhada do certificado de autenticidade, de modo a possibilitar a conferência da autenticidade da assinatura.

8.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Contratação.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1 Na primeira sessão serão recebidos exclusivamente 04 (quatro) invólucros: os Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, destinados à Proposta Técnica, e o Invólucro nº 4, destinado à Proposta de Preços. O Invólucro nº 5, contendo os Documentos de Habilitação, não será entregue na primeira sessão e será apresentado somente pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em sessão posterior especificamente convocada para esse fim, nos termos dos itens 17, 18 e 23 deste Edital.

9.2 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

I - Dia: 05/01/2027.

II - Hora: às 10h00m horas no horário oficial de Brasília.

III - Local: Rua do Ceasa, n. 30, bairro Centauro. Município de Eunápolis/BA, CEP: 45821-210 (Gabinete do Prefeito) (endereço utilizado exclusivamente para realização das sessões públicas);

9.2.1 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

9.3 Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Contratação.

9.4 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Contratação em 03 (três) invólucros distintos: Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária, Via Não Identificada; Invólucro nº 2 – Plano de Comunicação Publicitária, Via Identificada; e Invólucro nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. O Invólucro nº 4 destina-se exclusivamente à Proposta de Preços e observará o item 13 deste Edital.

Invólucro nº 1

10.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada somente será aceito quando acondicionado no invólucro padronizado fornecido pela Comissão de Licitação, a ser retirado pela licitante ou seu preposto mediante solicitação, observado o procedimento de identificação e verificação de poderes previsto no item 8.1.3, no setor responsável pelas licitações, em endereço e horários divulgados pela Administração.

10.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá ser retirado obrigatoriamente em até 03 (três) dias úteis antes da data e horário da sessão de abertura do certame no setor de licitação e deverá ser entregue no dia da abertura do certame sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) Ter nenhuma identificação;

b) Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de comunicação Publicitária – Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência Presencial nº 001/2026 – Eunápolis-BA

10.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

10.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência Presencial nº 001/2026 – Eunápolis-BA

10.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não

Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

11.1.2 A proposta técnica será apresentada em três vias impressas distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

11.1.3 O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias impressas, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, entre 75 g/m² e 90 g/m², ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, entre 75 g/m² e 90 g/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2 deste Edital;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

I - apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

II - impressas na orientação paisagem.

11.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

a) ser editados em cores;

b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

c) ter qualquer tipo de formatação de margem;

d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1 Os exemplos de peças da ideia criativa, item, deverão ser apresentadas separadamente do caderno de textos, impressas em papel branco formato A4, entre 75 g/m² e 90 g/m², e afixadas sobre papel duplex na cor preta com margem de quatro centímetros (4 cm), cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do Contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3 <u>Subquesito 3 - Ideia Criativa</u> - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 8 (oito), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou roteiro para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores.

11.3.3.3.2 Na elaboração de ‘monstro’ ou roteiro para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 O ‘monstro’ ou roteiro para o meio rádio e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (*pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer Contratante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet etc.).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 8 (oito), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger,* entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea ‘d’ do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 <u>Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia</u> - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do Contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;

c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;

d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;

e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em orientação retrato, com ou sem uso de cores em 3 (três) cadernos distintos com capa e contracapa em papel A4, entre 75 g/m² e 90 g/m², ambas em branco, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do Contratante para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da

primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2020.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2 Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação do cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito específico, em orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as

páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo Contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2020.

11.10.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado,

dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

12.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4 <u>Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia</u>

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

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

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2 <u>Quesito 2 - Capacidade de Atendimento</u>

a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.

12.2.3 Quesito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3 A pontuação máxima da Proposta Técnica é de 100 (cem) pontos, distribuída da seguinte forma: Plano de Comunicação Publicitária, até 65 (sessenta e cinco) pontos; Capacidade de Atendimento, até 15 (quinze) pontos; Repertório, até 10 (dez) pontos; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, até 10 (dez) pontos. A pontuação será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

PRONTUAÇÃO DOS ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

12.2.1.1 SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	PARÂMENTRO	NOTA
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	ÓTIMO BOM REGULAR NÃO ATENDEU NÃO APRESENTOU	5,0 3,0 2,0 1,0 0,0
12.2.1.2 SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**PARÂMENTRO**	**NOTA**
a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos; d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta; e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	ÓTIMO BOM REGULAR NÃO ATENDEU NÃO APRESENTOU	20,0 15,0 10,0 5,0 0,0
12.2.1.3 SUBQUESITO 3 - IDEIA CRIATIVA	**PARÂMENTRO**	**NOTA**
a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária; b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo; d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam; e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo; g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	ÓTIMO BOM REGULAR NÃO ATENDEU NÃO APRESENTOU	25,0 20,0 15,0 5,0 0,0
12.2.1.4 SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	**PARÂMENTRO**	**NOTA**
a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia; d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária; e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia; f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	ÓTIMO BOM REGULAR NÃO ATENDEU NÃO APRESENTOU	15,0 12,0 9,0 1,5 0,0

PRONTUAÇÃO DOS ITENS – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

12.2.2 QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	PARÂMENTRO	NOTA
a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; b) a quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação; c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato; d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;	ÓTIMO BOM REGULAR NÃO ATENDEU NÃO APRESENTOU	15,0 12,0 9,0 1,5 0,0

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.		
12.2.3 QUESITO 3 – REPERTÓRIO	**PARÂMENTRO**	**NOTA**
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças..	ÓTIMO BOM REGULAR NÃO ATENDEU NÃO APRESENTOU	10,0 8,0 6,0 3,0 0,0
QUESITO 4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	**PARÂMENTRO**	**NOTA**
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. 12.3 A pontuação máxima da Proposta Técnica é de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia definida neste item.	ÓTIMO BOM REGULAR NÃO ATENDEU NÃO APRESENTOU	10,0 8,0 6,0 3,0 0,0

12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

12.3.4 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito 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 subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.3.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

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

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possiblite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Contratação, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial nº 001/2026 – Eunápolis-BA

13.1.2 O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 40% (quarenta por cento) ou superior a 60% (sessenta por cento), a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, 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;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, 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 divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) ou inferior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

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 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.

d) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da 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 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.

14.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Contratação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

15.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3 Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 14.2 deste Edital.

15.4 Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

15.5 Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

I - o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;

II - o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 14.2;

III - o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 14.2.

15.6 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Contratação considerará o preço por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

16.2 Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão Permanente de Contratação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3 A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial nº 001/2026 – Eunápolis-BA

17.1.3 O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado;

18.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Contratação.

18.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar 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;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

18.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

18.2.2.1 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3 <u>Qualificação Técnica</u>:

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 subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, Contratantes e agências, ou perante entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda (Lei n. 4.680/1965)**;**

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

18.2.4 <u>Qualificação Econômico-financeira</u>

a) Certidão expedida pelo distribuidor da sede da licitante relativa à falência e à recuperação judicial ou extrajudicial, dentro do prazo de validade. A existência de recuperação judicial ou extrajudicial não acarretará inabilitação automática, desde que a licitante demonstre sua viabilidade e capacidade econômico-financeira para assumir e executar as obrigações decorrentes da contratação, mediante documentação idônea, inclusive, quando cabível, decisão judicial, plano aprovado/homologado e demais elementos financeiros pertinentes;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial, demonstração do resultado do exercício e demais demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios. Nos termos do art. 69, § 6º, da Lei nº 14.133/2021, as pessoas jurídicas constituídas há menos de 02 (dois) anos apresentarão apenas as demonstrações exigíveis do último exercício social, sem prejuízo da disciplina específica prevista na alínea b4 para empresas constituídas no exercício em curso. Quando cabível, observar-se-á a atualização por índices oficiais de demonstrações encerradas há mais de 03 (três) meses da apresentação dos documentos.

b1) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) Se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) O balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de

abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-Lei nº 486/1969;

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial do Município e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV - para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

1) balanço patrimonial;

2) termo de abertura e encerramento;

3)recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

b4) As sociedades constituídas no exercício em curso, para as quais ainda não seja exigível balanço anual, apresentarão balanço de abertura ou demonstração contábil intermediária, conforme a existência de movimentação e as exigências legais aplicáveis, assinados pelos responsáveis e autenticados ou registrados quando cabível, observadas as regras a seguir:

I lanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

II lanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

c1) do balanço referido na alínea “b”, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

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

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

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

c2) do balanço referido no subitem “b”, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

c3) Os índices de que tratam as alíneas ‘c1’ e ‘c2’ serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante apresentação de documento próprio assinado pela empresa e pelo contador com indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

c4) Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo, correspondente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

18.3 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18.4 Outras declarações

18.4.1 Declaração, a ser apresentada no Invólucro nº 5, assinada por representante com poderes, de que a licitante vencedora sediada fora do Estado da Bahia

disponibilizará, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, escritório físico ou virtual, sucursal ou filial em localidade situada no Estado da Bahia, com estrutura de atendimento compatível com o objeto e observadas as obrigações contratuais.

a) ANEXO IV – MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO E ACEITAÇÃO DO EDITAL;

b) ANEXO V – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO;

c) ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR;

d) ANEXO VII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA;

e) ANEXO VIII – MINUTA DO CONTRATO

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 A Comissão Permanente de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dias) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO PERMANENTE E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Contratação, ressalvada a análise e o julgamento das Propostas Técnicas, que

competirão exclusivamente à Subcomissão Técnica, observadas a Lei nº 12.232/2010, a Lei nº 14.133/2021 e as demais normas aplicáveis.

20.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos anos, sendo que, pelo menos, 1 (um) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Eunápolis-BA.

20.2.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão Permanente de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3 A relação dos nomes referidos no subitem 20.2, com pelo menos 09 (nove) profissionais cadastrados para sorteio de 03 (três) integrantes, dos quais no mínimo 1/3 (um terço) sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município, será divulgada no Diário Oficial do Município com antecedência mínima de 10 (dez) dias em relação à sessão pública de sorteio, na forma do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

20.3.1 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica.

20.3.2 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Contratação de justificativa para a exclusão.

20.3.3 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.

20.3.4 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 item.

20.3.4.1 A exclusão de qualquer nome por acolhimento de impugnação, impedimento ou suspeição não poderá reduzir a relação abaixo de 09 (nove) profissionais, nem comprometer a proporção legal de, no mínimo, 1/3 (um terço) de pessoas sem vínculo

funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município. Se qualquer desses parâmetros deixar de ser atendido, a Comissão providenciará a recomposição da lista, sua nova publicação e o respeito aos prazos legais, realizando o sorteio somente após o restabelecimento de todos os requisitos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

20.3.4.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

20.3.5 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4 A Comissão Permanente de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei 14.133/2021.

20.4.1 Os membros da Comissão Permanente de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A juízo da Comissão Permanente de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da Município é obrigatória:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 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 Contratante, por intermédio da Comissão Permanente de Contratação, protocolizada no setor/endereço do Contratante, de segunda a quinta-feira, no horário de 08h30m às 11h30m ou das 14h30m às 16h00m, na sexta feira das 08h30m às 13h00m.

22.1.1 O recurso também poderá ser enviado para o e-mail licitacao@eunapolis.ba.gov.br, até as 23h59m do dia que finalizar o prazo.

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

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente 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 do Contratante, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4 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.

22.5 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 Permanente de Contratação.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes. Todas as sessões presenciais serão integralmente gravadas em áudio e vídeo, e os respectivos arquivos serão juntados aos autos do processo licitatório, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

23.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão designar representantes dentre si para examinar e rubricar as propostas e os documentos de habilitação que admitam rubrica, vedada, em qualquer hipótese, a aposição de rubricas, códigos, sinais ou marcas nos Invólucros nº 1 e no conteúdo do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.5 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Permanente de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica.

23.1.6 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7 Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

23.1.7.1 A obtenção de cópias dos documentos necessários à defesa é permitida, resguardado o anonimato na etapa própria.

23.1.8 A Comissão Permanente de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

23.2.1 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Permanente de Contratação se:

a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 23.2.1, a Comissão Permanente de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) abrir os Invólucros nº 1 e conferir seu conteúdo em sessão pública, sem apor rubricas, códigos, sinais ou marcas no invólucro padronizado ou nos documentos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes os documentos dos Invólucros nº 1 e nº 3, para exame visual e conferência, facultando-se a rubrica

exclusivamente dos documentos do Invólucro nº 3, sem qualquer anotação, sinal, rubrica ou marca no material do Invólucro nº 1;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1 Antes da abertura dos Invólucros nº 1, a Comissão Permanente de Contratação adotará medidas de conferência e controle da ordem de manuseio, de modo a impedir que seus membros ou os representantes das licitantes identifiquem, ainda que acidentalmente, a autoria de qualquer Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, respeitado o art. 11, §§ 2º e 3º, da Lei nº 12.232/2010.

23.2.2.1.1 Os Invólucros nº 1 serão misturados antes da abertura, de modo que não possam ser vinculados à sequência de recebimento nem aos respectivos autores. A conferência será registrada em ata, sem lançamento de rubricas, códigos, sinais ou marcas nos invólucros padronizados ou no conteúdo da Via Não Identificada, preservando-se sua integridade e cadeia de custódia.

23.2.2.2 Se, durante o exame visual dos conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem elemento que possibilite inequivocamente a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a ocorrência será registrada em ata e receberá o tratamento legal e editalício pertinente, preservados os invólucros e os direitos de recurso.

23.2.3 Em observância ao art. 11, § 3º, da Lei nº 12.232/2010, a Comissão Permanente de Contratação não lançará qualquer código, sinal, marca ou rubrica nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária. A integridade e o manuseio serão documentados por ata circunstanciada, registro audiovisual e controle de custódia, sem identificação de autoria.

23.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Contratação.

23.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Contratação na primeira sessão, os procedimentos

terão continuidade em conformidade com o subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário, a Comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recurso, em conformidade com o item 22 deste Edital e com o art. 165 da Lei nº 14.133/2021.

23.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Contratação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Permanente de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

23.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1

(Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1 Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão de Licitação.

Terceira Sessão

23.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 15.2 e 15.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) verificar a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e efetuar com as que não tenham apresentado a negociação prevista no Art. 61,§1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:

h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial ou Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1 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, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2 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 do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ CONTRATUAIS

25.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dias) dias, contados a partir da convocação, para assinar os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo VIII.

25.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do Contratante, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

25.1.1.1 Se alguma das licitantes vencedoras não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o Contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no§ 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

25.2 Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo VIII).

25.4 O Contratante poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima quinta da Minuta de Contrato (Anexo VIII).

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

25.6 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação

de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.7 A contratada, caso seja sediada em outro Estado da Federação, deverá disponibilizar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, escritório físico ou virtual, sucursal ou filial no Estado da Bahia. A comprovação observará os subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo VIII).

25.8 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes

vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

26.1 Será exigida a garantia da contratação prevista nos arts. 96 e seguintes da Lei Federal nº 14.133, de 2021, no percentual de 1 % (um por cento) do valor contratual, podendo recair sobre qualquer das modalidades indicadas no §1° do referido art. 96.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E CONTRATANTE

27.1 As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo VIII) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O Contratante nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato.

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1 A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo VIII), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

29.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo VIII).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1 Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

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.

30.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

30.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pelo Contratante, 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 Décima quarta da Minuta de Contrato (Anexo VIII).

31.DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1 É facultada à Comissão Permanente 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.

31.2 A Comissão Permanente 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 do Contratante para a execução do contrato.

31.3 A Comissão Permanente 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 nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4 Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o Contratante tiver conhecimento de fato

desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

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

31.5 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o Contratante 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 sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6 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.

31.7 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

31.8 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.

31.9 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.

31.9.1 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.

31.9.2 O Contratante 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.

31.10 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente 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.

31.11 Correrão por conta do Contratante as despesas relativas à formalização e à publicidade dos contratos. A divulgação integral do instrumento contratual e de seus eventuais termos aditivos será realizada no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma e nos prazos do art. 94 da Lei nº 14.133/2021, como condição indispensável de eficácia, sem prejuízo da publicidade complementar no Diário Oficial do Município e no sítio eletrônico oficial, quando cabível.

31.12 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual da Bahia.

31.13 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 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO E ACEITAÇÃO DO EDITAL;

e) ANEXO V – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO;

f) ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR;

g) ANEXO VII MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA;

h) ANEXO VIII – MINUTA DO CONTRATO;

i) ANEXO IX – TERMO DE REFERÊNCIA

Eunápolis – BA, em 04 de novembro de 2026.

MILTON CÉSAR SANTOS BRANDÃO
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO

MARIA MENEZES FERREIRA VIANA
SEC. M. DE ASSIST. SOCIAL

SECRETÁRIA M. DE EDUCAÇÃO

BRENO ALEXANDER S. M. DE AZEVEDO
SECREÁRIO MUNICIPAL DE SAÚDE

TIAGO SOARES DE OLIVEIRA
SECRETÁRIO M. DE ESPORTES

JOVITA LIMA DOS SANTOS SILVA

ANEXO I
Briefing para Campanha Simulada
A CAMPANHA SIMULADA – IPTU 2027

Direito dos cidadãos, dever da administração pública. A Prefeitura Municipal de Eunápolis tem esse lema como norte para a sua comunicação. Uma comunicação pública que visa edificar um pilar ético e, também, estratégico que vincule os interesses de transparência e publicização ao caráter informativo, educativo e orientador.

Eunápolis é um município relevante, social e economicamente, para o estado da Bahia. Prestar contas à população não só atende ao interesse público, mas fortalece laços entre a população eunapolitana e a gestão municipal. É interesse do Poder Executivo Municipal, portanto, aproximar a gestão da sociedade, o governo do povo, levando a todos o conhecimento pleno a respeito das ações, obras, serviços e políticas públicas planejadas e concretizadas em prol do município e dos munícipes.

Mais do que divulgar suas realizações, a comunicação do município precisa instigar a participação social, restituir confiança e credibilidade. O cenário encontrado pela atual Administração Municipal, a partir de janeiro de 2025, diga-se, foi de insegurança jurídica, dificuldade de relação com outros entes do Poder Público, instabilidade política, além problemas administrativos e financeiros.

Neste contexto, a gestão vem trabalhando para reverter o quadro, restabeleceu parceria com os Governos Estadual e Federal, saneou finanças e, hoje, já consegue investir recursos próprios no município. Alguns exemplos são as obras de manutenção estruturais, melhorias na Saúde, no atendimento mais humanizado e com mais especialidades do Hospital Municipal, as 04 cozinhas comunitárias, os investimentos do Programa Minha Casa Minha Vida, dentre outros.

Assim, qualquer comunicação institucional deve ter como base a necessidade de resgatar o orgulho do cidadão em ser eunapolitano, fazendo parte, para além de beneficiário das ações do Executivo Municipal, como contribuinte da reconstrução do município. Deve-se levar em conta o atual contexto da comunicação com uma quantidade cada vez maior de informações circulando e impactando em diferentes meios, plataformas e canais, sobretudo os digitais, que terminam por criar, além de ruídos, bastante desinformação.

Torna-se fundamental comunicar de forma ampla e eficiente as obras, ações, investimentos e realizações promovidos pela administração municipal, demonstrando como os recursos públicos estão sendo aplicados para melhorar a qualidade de vida da população, fortalecer os serviços públicos e impulsionar o desenvolvimento econômico e social do município.

Em suma, a campanha simulada a ser criada, corporificada e proposta pela proponente deve versar sobre a arrecadação do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) para o ano de 2027.

Por tudo que foi exposto até aqui, estabelecemos que a comunicação da Prefeitura de Eunápolis deverá atuar não apenas como instrumento de divulgação, mas também como ferramenta estratégica de fortalecimento da confiança pública, valorização dos resultados alcançados e aproximação constante entre gestão e munícipes. No caso específico tratado, interessa a campanha de IPTU 2027 fazer do cidadão não só um contribuinte, mas um partícipe da cidadania.

1. Objetivos

Informar sobre obras, ações e realizações da Prefeitura Municipal de Eunápolis (sendo feitas com recursos próprios ou não), destacando os benefícios diretos para a cidade e os cidadãos e reforçando a importância delas para o desenvolvimento do município e a melhoria da qualidade de vida da população.

Criar sensação de pertencimento, engajamento e colaboração que leve ao pagamento do Imposto Predial e Territorial Urbano de 2027.

2. Público-Alvo

- Primário: População de Eunápolis (sobretudo aqueles contribuintes do Imposto Predial e Territorial Urbano)
- Secundário: Formadores de opinião.

3. Benefícios a Comunicar

- Investimentos em Infraestrutura; Educação; Saúde; Segurança Pública; Moradia; Limpeza Urbana, dentre outros.

Obs.: Mais informações nas Redes Sociais da Prefeitura e no Site: https://eunapolis.ba.gov.br/

4. Canais/Meios próprios de divulgação

- Redes sociais e Site oficial da Prefeitura Municipal de Eunápolis

5. Peças a serem corporificadas (obrigatórias)

01 Spot ou Jingle para Rádio;
01 Comercial para TV;
01 Banner para Internet;
01 Outdoor;
01 Peça de Não-Mídia.

Obs. 1: A critério da proponente, outras peças poderão ser corporificadas, sem caráter obrigatório e tendo o limite de 08 (oito) no total.

Obs. 2: A limitação se refere às peças que poderão ser corporificadas, não limitando aquelas que a proponente poderá listar na Ideia Criativa.

VERBA/ RECURSOS

A proposta técnica (campanha simulada) deverá ser desenvolvida dentro do limite referencial: R$ 300.000,00 (trezentos mil reais). Todos os custos de produção e veiculação deverão estar contidos nesta verba referencial.

PERÍODO DE VEICULAÇÃO

O Plano de Mídia deverá prever a veiculação da campanha para um período de 30 dias. Os valores de criação e finalização (custos internos de agência) não deverão constar na proposta de preço (Anexo III

ANEXO II
MODELO DE PROCURAÇÃO

À

PREFEITURA MUNICIPAL DE Eunápolis-BA

Ref.: Concorrência Presencial nº **001/2026**

Prezados Senhores,

Em atendimento ao disposto no Edital de CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº **001/2026** em referência, credenciamos o (a) Sr. (a)....., portador(a) da carteira de identidade nº....., CPF / MF nº ....., para representar nossa empresa no referido processo licitatório, com plenos poderes para prestar esclarecimentos, tomar deliberações, assinar atas, interpor recurso, renunciar ao direito de interpor recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso e tudo o mais que se faça necessário a plena participação de nossa empresa na presente licitação.

(Local e data)

_____

(Assinatura do representante legal) (Nome e função da pessoa que assinar)

OBS:A DECLARAÇÃO DEVERÁ SER IMPRESSA EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA LICITANTE, ASSINADA PELO REPRESENTANTE LEGAL. DEVERÁ SER JUNTADA A COMPROVAÇÃO DOS PODERES DE REPRESENTAÇÃO DO SIGNATÁRIO.

ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE Eunápolis-BA

Ref.: Concorrência Presencial nº **001/2026**

Prezados Senhores,

Em atendimento às condições estabelecidas para a Concorrência Presencial nº 001/2026, apresentamos a Proposta de Preços abaixo, com os percentuais de descontos e honorários aplicáveis aos serviços contratados.

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

a) desconto, a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia**,** 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) ;

b) honorários, a serem cobrados do Contratante, 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 Contratante, 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;

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 Contratante, 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, 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 VIII).

2.2 Estamos cientes de que o Contratante 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 Contratante 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 Contratante, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato.

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

MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO E ACEITAÇÃO DO EDITAL

À

PREFEITURA MUNICIPAL DE Eunápolis-BA

Prezados Senhores,

Em atenção ao Edital de Concorrência Presencial nº **001/2026**, declaramos que:

1. Concordamos com suas disposições e de seus Anexos.

2. Comprometemo-nos a garantir o prazo de validade dos preços e condições constantes da presente proposta por 90 (noventa) dias a partir da data da apresentação da proposta.

3. Teremos os equipamentos e/ou materiais e/ou pessoal disponíveis, em perfeitas condiçõespara iniciar os serviços objeto desta licitação, de acordo com a (s) disponibilidade (s) discriminada (s) no ato convocatório e seus Anexos.
4. Declaramos que disponibilizaremos, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato decorrente deste certame licitatório, escritório físico ou virtual, sucursal ou filial no Estado da Bahia, se vencedora, caso nossa empresa seja sediada em outro Estado da Federação.

5. Temos pleno conhecimento dos serviços objeto desta Licitação e asseguramos ter plenas condições gerais para realização dos serviços previstos no Edital e demais condições constantes da minuta do Contrato.

6. Na hipótese de nossa empresa vir a ser uma das vencedoras da presente Licitação, o
(a) (s) representante (s) legal (s) para a assinatura do contrato será o (a):

Nome:

(Nome da

Empresa)Cargo:

Local e Data: .....

Assina: .....

ANEXO V

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

À PREFEITURA MUNICIPAL DE Eunápolis-BA

Ref.: Concorrência

Presencial nº 001/2026

Prezados Senhores,

Em atendimento ao disposto no Edital da Concorrência 001/2026 em referência, credenciamos o(a) Sr.(a)....., portador (a) da carteira de identidade nº

....., CPF/MF nº ....., para representar nossa empresa no referido processo licitatório, com plenos poderes para prestar esclarecimentos, tomar deliberações, assinar atas, formular impugnações, interpor recurso, renunciar ao direito de interpor recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e condições, assinar termos de compromisso e tudo o mais que se faça necessário à plena participação de nossa empresa na presente licitação.

(Local e data)

(Assinatura do
representante legal)
(Nome e função da
pessoa que assinar)

OBS:

OBS.: A carta de credenciamento deverá ser impressa em papel timbrado da licitante e assinada por representante legal com poderes de outorga, acompanhada de documento comprobatório desses poderes e de cópia de documento oficial de identificação do signatário. Admite-se assinatura eletrônica por certificado digital verificável ou assinatura manuscrita sem reconhecimento de firma, desde que a autenticidade possa ser conferida pela Comissão, observando-se o art. 12, V, da Lei nº 14.133/2021 e o item 8.1.3 deste Edital.

ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR

À

PREFEITURA MUNICIPAL DE Eunápolis-BA

Prezados Senhores,

Em atenção ao Edital de Concorrência Presencial nº **001/2026**, declaramos que:

Conforme o inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, e para os fins de habilitação em licitação, declaramos que não empregamos menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menores de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos de idade.

Nome:

(Nome da

Empresa)Cargo:

Local e Data: .....

Assina: .....

(Nome da Empres

ANEXO VII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

_____, como representante devidamente constituído de (Identificação completa da licitante) doravante denominado Licitante, para finsdo disposto no item 4.2 Edital CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026, declara, sob as penas da lei,em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) A proposta apresentada para participar da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026 foi elaboradade maneira independente pelo Licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ouem parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026 não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026 quanto a participar ou não da referida licitação;

d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº001/2026 não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado oudiscutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026 antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar da

não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou Recebido de qualquer integrante da SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO – SEGOV antes da abertura oficial das propostas; e

f) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Eunápolis-BA, ____ de _____ de 2026

(Representante legal da licitante, com identificação completa)

Observação: Esta declaração deverá ser elaborada em papel timbrado da empresa e assinada pelo seu representante legal ou mandatário; e apresentada de forma avulsa, fora de qualquer dos invólucros.

Esta declaração deverá ser apresentada de forma avulsa, fora de qualquer dos envelopes (Proposta ou Habilitação)

ANEXO VIII

MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM O Contratante, POR INTERMÉDIO DO(A) SETOR DO Contratante, E A AGÊNCIA CONTRATADA

CONTRATO Nº XX26 / ANO

Município de Eunápolis-BA, por intermédio do ....., CNPJ nº ....., sediado em ....., doravante designada **CONTRATANTE**, neste ato representado(a) pelo ....., CPF nº ....., residente e domiciliado nesta cidade, de acordo com a competência prevista no art. ..... da Portaria nº ....., de ....., publicada no Diário Oficial do Município de ....., e a empresa ....., CNPJ nº....., estabelecida no ....., doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por ....., portador da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº ....., residente e domiciliado em ....., têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência Presencial nº **XX / ano**, Processo nº ....., mediante os termos e condições a seguir:

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 57.690/1966, com suas alterações, e das demais normas da atividade publicitária compatíveis com o regime jurídico-administrativo.

1.2 Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência Presencial nº XX /ano, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

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, 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.

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 Presencial nº XX / ano, que deu origem a este instrumento, está estimado em **R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

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

ÓRGÃO	FONTE	Projeto/Atividade	Elemento de Despesa

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.

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 Manter estrutura de atendimento compatível com o volume e a natureza dos serviços prestados à Contratante. A contratada, caso seja sediada em outro Estado da Federação, deverá disponibilizar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, escritório físico ou virtual, sucursal ou filial no Estado da Bahia. A Contratada poderá utilizar sua matriz ou seus representantes para serviços de criação, produção e outros serviços complementares, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A Contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, a estrutura de atendimento prevista no subitem 5.1.2, inclusive a disponibilização de escritório físico ou virtual, sucursal ou filial no Estado da Bahia, caso seja sediada em outro Estado da Federação. Deverá apresentar a quantificação e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da execução do contrato, discriminando as áreas de atuação e os currículos resumidos, com nome, formação acadêmica e experiência.

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.

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

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

IV - a cotação deverá ser apresentada em via original ou via e-mail 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;

V - 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;

VI - 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**.

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, realizando 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 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.

5.1.7.5 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.

5.1.7.6 As disposições do subitem 5.1.7 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 vigerá 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**.

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 pela agência contratada 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 aprouver.

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. e 5.1.13.

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

5.1.16 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.

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

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

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

5.1.20 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.

5.1.21 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.

5.1.22 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.

5.1.23 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.

5.1.24 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.

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

5.1.26 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**.

5.1.27 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**.

5.1.27.1 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.

5.1.29 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.

5.1.30 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**.

5.1.31 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.

5.1.31.1 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.

5.1.32 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.

5.1.33 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, em conformidade com o art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e com as normas municipais e demais normas aplicáveis.

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 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 correções da CONTRATADA 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.

8.1.1 Percentual de desconto inferior a XX% (XX), a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do estado da BAHIA, 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.

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 da BAHIA 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.

8.1.2 Percentual de honorários superior a XX% (XXXX 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 divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

8.1.3 Percentual de honorários superior a XX% (XX por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, 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;

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 Percentual de honorários superior a XX% (XX 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, 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:

a) 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;

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**, 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.

c) 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, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) 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.

.

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, sem que caiba a ela 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 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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.

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 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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.

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 por outros órgãos e entidades da Administração Pública, quando juridicamente possível e mediante a correspondente autorização. 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;

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**;

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 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**:

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**.

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

11.4 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.

11.4.1 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 20% (vinte 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;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça 28.1 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;

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.

11.4.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 11.4.1 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.5 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.

11.5.1 Se a **CONTRATADA** 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.

11.6 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.

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

11.7 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:

$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP$, 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.

11.7.1 Considera-se etapa, para fins do subitem 11.7, 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.

11.7.2 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.

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

11.9 Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (DEZ) dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.9.1 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.

11.9.1.1 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.

11.9.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 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.

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

11.9.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, 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.

11.9.2.3 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.

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

11.10 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 – REAJUSTE

12.1 O reajustamento observará os arts. 25, § 7º, e 92, inciso V, da Lei nº 14.133/2021, com periodicidade mínima anual e data-base vinculada à data do orçamento estimado da contratação, identificada no processo administrativo e a ser expressamente consignada no contrato: [MÊS/ANO DA DATA-BASE DO ORÇAMENTO ESTIMADO]. Para reajustamentos subsequentes, será respeitado o intervalo mínimo de 12 (doze) meses contado dos efeitos financeiros do último reajustamento da mesma parcela.

12.2 12.2. Os preços monetários fixos contratualmente estabelecidos para serviços próprios da agência, quando efetivamente sujeitos a reajustamento e não atualizados por tabela referencial aplicável, poderão ser reajustados pela variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA/IBGE), apurada no período

correspondente. Na hipótese de extinção do índice, aplicar-se-á o substituto legal ou, na ausência deste, índice oficial definido mediante justificativa e instrumento formal.

12.3 12.3. Os percentuais de desconto sobre custos internos e de honorários ofertados na proposta e fixados no contrato permanecerão inalterados pelo mero decurso do tempo; não serão objeto de reajuste indexado. A atualização legítima das bases monetárias às quais incidam esses percentuais não autoriza sua majoração nem cobrança cumulativa, observadas as condições efetivamente contratadas.

12.4 12.4. Os valores dos serviços especializados executados por fornecedores e das inserções em veículos de divulgação serão apurados por demanda, com orçamento ou tabela atual do fornecedor ou veículo, pesquisa e negociação de preços, autorização prévia e comprovação de execução, na forma da Lei nº 12.232/2010. A mera atualização de preços de terceiros não configura reajustamento automático da remuneração da agência nem dispensa os controles de economicidade e transparência.

12.5 12.5. A contratação, cessão ou renovação de direitos autorais, de imagem e conexos observará os valores, os prazos e as condições negociados e aprovados para cada utilização. Eventual atualização de valores de direitos para novo período de cessão obedecerá aos critérios específicos da Cláusula Décima, quando aplicáveis, vedada a incidência cumulativa do índice geral de reajuste sobre o mesmo preço ou período.

12.6 12.6. A CONTRATADA poderá apresentar requerimento de reajustamento a partir do implemento do interregno legal, acompanhado de memória de cálculo, discriminação das parcelas atingidas, indicação do mês-base, período de incidência, índice empregado e documentos justificativos. A fiscalização e o setor competente verificarão a correção dos cálculos, o atendimento dos requisitos e a compatibilidade com o contrato, antes da autorização pela autoridade competente.

12.7 12.7. O reajustamento será formalizado por apostilamento quando consistir na aplicação de critério previamente previsto, nos termos do art. 136, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo da formalização por termo aditivo nas hipóteses legalmente exigidas. O processamento observará os limites da disponibilidade orçamentária e a comprovação das condições pactuadas, sendo vedado pagamento em duplicidade ou incidência de índice sobre parcela já atualizada por outro mecanismo.

12.8 12.8. A periodicidade anual e a data-base aqui previstas não se confundem com revisão extraordinária para restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro, a qual dependerá de demonstração dos pressupostos legais, da efetiva repercussão econômica e de decisão administrativa fundamentada, nos termos do art. 124, inciso II, alínea d, da Lei nº 14.133/2021. Não constituem, por si sós, fundamento para revisão, a simples elevação ordinária de preços de fornecedores ou a variação natural das condições de mercado.

12.9 12.9. Durante a vigência inicial e eventuais prorrogações, o reajustamento ficará limitado às parcelas expressamente alcançadas pelos critérios desta cláusula, preservadas a composição original das formas de remuneração, a competitividade, a vantajosidade e a vedação de alterações unilaterais dos percentuais apresentados pela CONTRATADA na licitação.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - GARANTIA DE EXECUÇÃO

13.1. A contratação conta com garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133, de 2021, na modalidade Concorrência, em valor correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado da contratação.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

a) der causa à inexecução parcial do contrato;
b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
c) der causa à inexecução total do contrato;
d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
h) praticar ato lesivo previsto no art. 5ª da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

14.2 Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

I - 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 nº 14.133, de 2021);

II - **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

III - **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

IV - **Multa:**
1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

1. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 14.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.
2. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 14.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.
3. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.
4. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.
5. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

14.3 A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4 Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4.1 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, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.5 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, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.6 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 **caput** e parágrafos do art. 158 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.

14.7 Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):
a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
b) as peculiaridades do caso concreto;
c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
d) os danos que dela provierem para o Contratante;
e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

14.8 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).

14.9 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, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10 O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ele aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), na forma do art. 161 da Lei nº 14.133/2021.Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021

14.10.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

14.11 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.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – RESCISÃO

15.1 O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

15.2 O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

15.3 A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

15.4 Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

15.5 O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.5.1 Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

15.5.2 A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

15.5.2.1 Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.6 O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

15.6.1 Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.6.2 Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.6.3 Indenizações e multas.

15.7 A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

15.8 O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado 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 (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1 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.

16.2 A CONTRATADA deverá observar as normas de impedimento, conflito de interesses, integridade e nepotismo aplicáveis ao Município, abstendo-se de utilizar, na execução contratual, situação que comprometa a impessoalidade ou a moralidade administrativa.

16.3 A divulgação deste contrato e de seus eventuais termos aditivos será realizada no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma e nos prazos do art. 94 da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo da publicidade complementar no Diário Oficial do Município e no sítio eletrônico oficial da CONTRATANTE, quando cabível.

16.4 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.

16.5 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.

16.6 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.

16.6.1 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 SÉTIMA – PUBLICAÇÃO

17.1 Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - FORO

18.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro de Eunápolis-BA.

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

local e data

_____
<autoridade competente do órgão/entidade>

_____

<representante legal da contratada>

_____
Testemunha 1

_____

Testemunha 2

ANEXO IX – TERMO DE REFERÊNCIA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Campo	Informação
Processo Administrativo	0831032/2026
Unidade requisitante	Unidade coordenadora: Núcleo de Comunicação/Secretaria Municipal de Governo – SEGOV. Unidades demandantes participantes: Secretaria Municipal de Esportes, Juventude, Cultura e Lazer – SEMESJ; Secretaria Municipal de Saúde – SMS; Secretaria Municipal de Educação – SEDUC; Secretaria Municipal de Assistência Social – SEAS.
Objeto	Contratação de serviços de publicidade, por intermédio de 01 (uma) agência de propaganda, para atendimento integrado das demandas da SEGOV, SEMESJ, SMS, SEDUC e SEAS, no âmbito das unidades participantes do Poder Executivo Municipal de Eunápolis/BA, compreendendo estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.
Quantidade	01 (uma) agência de propaganda
Prazo inicial	12 (doze) meses
Valor global estimado	R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), para os primeiros 12 meses
Modalidade	Concorrência, em forma presencial
Critério de julgamento	Melhor Técnica
Modo de disputa	Fechado

1. DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de serviços de publicidade, por intermédio de 01 (uma) 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 junto a públicos de interesse, para atender às demandas da Secretaria Municipal de Governo – SEGOV, da Secretaria Municipal de Esportes, Juventude, Cultura e Lazer – SEMESJ, da Secretaria Municipal de Saúde – SMS, da Secretaria Municipal de Educação – SEDUC e da Secretaria Municipal de Assistência Social – SEAS, observadas as respectivas competências e fontes orçamentárias.

1.1.1. A presente licitação será única, com valor global de R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), sob coordenação administrativa e técnica da SEGOV, sem absorção, pela unidade coordenadora, das competências legais dos ordenadores de despesa das unidades participantes. A execução financeira será individualizada por secretaria, ação, fonte de recursos e empenho, nos termos deste instrumento e das Solicitações de Despesa integrantes do processo.

1.2. A contratação tem natureza de serviço especializado de caráter predominantemente intelectual e será executada de forma indireta, sob demanda, por agência de propaganda regularmente constituída e tecnicamente qualificada.

1.3. Integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: (i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados às ações publicitárias; (ii) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia; e (iii) à criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

1.4. As pesquisas e avaliações deverão possuir finalidade específica de subsidiar o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação, bem como de mensurar os resultados das campanhas, sendo vedada matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.5. Não integram o objeto atividades de assessoria de imprensa, relações públicas, comunicação institucional autônoma dissociada da atividade publicitária, promoção ou realização de eventos festivos, patrocínio ou quaisquer outras atividades estranhas ao escopo definido pela Lei nº 12.232/2010. Não se considera patrocínio, para esse fim, projeto de veiculação em mídia ou plataforma que funcione como veículo de divulgação.

1.6. A agência atuará por ordem e conta do Município, inclusive na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e de veículos de divulgação, observadas as autorizações prévias, os controles de preços e as regras de transparência previstas neste Termo de Referência e na legislação.

1.7. É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para execução do núcleo do objeto. Admite-se a contratação, pela agência, de fornecedores e prestadores especializados necessários às atividades complementares, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.8. A vigência inicial será de 12 (doze) meses, admitida prorrogação nos limites e condições dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, mediante demonstração da vantajosidade, manutenção da necessidade e disponibilidade orçamentária.

2. DA FUNDAMENTAÇÃO E DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A necessidade decorre do dever permanente de assegurar à população acesso claro, tempestivo e abrangente a informações de interesse público sobre serviços, políticas, programas, campanhas educativas, direitos, deveres, utilidade pública e ações administrativas. A comunicação publicitária institucional constitui instrumento de transparência ativa e de efetividade das políticas públicas, desde que utilizada em caráter educativo, informativo ou de orientação social e sem promoção pessoal de autoridades ou servidores.

2.2. A diversidade de públicos, canais, formatos e meios de divulgação exige planejamento integrado, criação publicitária, produção especializada, negociação de mídia, acompanhamento de veiculação e mensuração de resultados, atividades que demandam estrutura e expertise próprias do mercado publicitário.

2.3. A solução escolhida, a contratação de uma agência de propaganda, permite unidade estratégica, coerência de linguagem, responsabilização centralizada, ganho de escala

nas negociações, integração entre criação, produção e mídia e maior controle da execução, sem impedir a competição entre fornecedores especializados nas atividades complementares.

2.4. O modelo conjunto não autoriza utilização indistinta das dotações nem remanejamento automático entre secretarias. Cada campanha deverá ser compatível com a competência material da unidade beneficiária e com a finalidade de sua fonte de recursos, especialmente quando vinculada à manutenção e desenvolvimento do ensino, às ações e serviços públicos de saúde, ao SUS ou ao sistema de assistência social, cabendo análise orçamentária e jurídica antes de autorizar e empenhar a despesa.

2.5. A contratação conjunta decorre da convergência técnica dos serviços publicitários necessários às unidades participantes: a SEGOV demanda ações gerais de comunicação governamental de interesse coletivo; a SEMESJ demanda publicidade relacionada a esportes, juventude, cultura e lazer; a SMS, ações de informação e orientação de saúde pública; a SEDUC, campanhas de interesse público vinculadas à educação; e a SEAS, divulgação de serviços, programas e orientações socioassistenciais. Embora distintos os públicos e objetivos setoriais, o núcleo especializado de planejamento, criação, produção e mídia é comum, permitindo procedimento licitatório único, coordenação da linguagem institucional e padrões uniformes de comprovação, sem eliminar a individualização de cada demanda.

2.6. A fundamentação técnica e econômica está detalhada no Estudo Técnico Preliminar, no qual são avaliadas as alternativas de execução direta, contratações fragmentadas e contratação integrada por agência especializada.

3. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO E DO CICLO DE VIDA

3.1. O ciclo de atendimento de cada demanda compreenderá, conforme sua complexidade: recebimento e validação do *briefing*; diagnóstico; planejamento estratégico; concepção e criação; orçamento e seleção de fornecedores especializados; planejamento de mídia e não mídia; aprovação prévia pelo Município; produção; veiculação/distribuição; monitoramento; comprovação; avaliação de resultados; prestação de contas; organização e guarda do acervo.

3.2. As demandas serão iniciadas mediante solicitação formal da secretaria beneficiária, com indicação da finalidade pública, público-alvo, responsável, dotação e limite financeiro disponível. A SEGOV, por meio da unidade coordenadora, realizará a triagem e validação técnico-publicitária e organizará a interlocução com a agência. A execução somente poderá começar após aprovação da campanha pela unidade competente, verificação de aderência orçamentária e autorização expressa do ordenador de despesa ou agente formalmente delegado. Alterações de escopo, peças, mídia, fornecedor, cronograma ou orçamento dependerão de nova autorização, quando aplicável.

3.3. A contratada deverá entregar arquivos finais e, quando tecnicamente cabível, arquivos abertos/editáveis, relatórios, comprovantes, autorizações de uso, licenças e demais elementos necessários à continuidade institucional das campanhas e à formação do acervo do Município.

4. DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. A futura contratada deverá ser agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e possuir certificado de qualificação técnica de

funcionamento emitido pelo CENP ou por entidade equivalente legalmente reconhecida, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

4.2. Deverá manter, durante a execução, estrutura de atendimento compatível com o volume e a natureza das demandas, equipe qualificada nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia e acompanhamento, bem como recursos tecnológicos adequados.

4.3. A contratada deverá observar as normas de publicidade governamental, direitos autorais e conexos, proteção de dados pessoais, acessibilidade comunicacional quando aplicável, ética publicitária, transparência, economicidade e vedação de promoção pessoal.

4.4. Será exigida disponibilidade para atendimento presencial e remoto, participação em reuniões, resposta a demandas urgentes e manutenção de canal de comunicação permanente com a fiscalização e a gestão do contrato.

4.4.1. A contratada sediada fora do Estado da Bahia deverá disponibilizar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, escritório físico ou virtual, sucursal ou filial em localidade situada no Estado da Bahia, com estrutura compatível com as necessidades de atendimento. O compromisso será formalizado por declaração de disponibilidade futura da estrutura, apresentada na fase de habilitação, sem exigência de instalação prévia como condição de participação.

4.5. Não será admitida participação em consórcio, diante da natureza integrada do objeto, da existência de mercado composto por agências aptas à execução integral e da necessidade de preservar unidade de responsabilidade, identidade estratégica e sigilo do planejamento. Também não será admitida participação de entidade sem fins lucrativos para execução do objeto empresarial típico de agência de propaganda.

5. DO MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

5.1. FLUXO DE DEMANDA E APROVAÇÃO

5.1.2. Demandas de caráter transversal deverão explicitar previamente as secretarias beneficiárias e o critério objetivo de rateio, quando juridicamente cabível, sem imputação de despesas a recursos vinculados sem demonstração do nexo direto com suas finalidades. É vedado utilizar saldo de uma secretaria como cobertura automática de obrigação originada de outra.

5.1.1. Para cada ordem de serviço deverá ser identificado, de forma inequívoca, o órgão demandante, a unidade orçamentária, o número da SD vinculada, a ação, a natureza de despesa, a fonte, o saldo comprometido e o responsável por aprovar o gasto. A SEGOV fará a coordenação técnica do fluxo e cada secretaria participante responderá, na esfera de suas competências, pela justificativa da necessidade, autorização da despesa, disponibilidade de crédito e recebimento dos serviços que lhe forem destinados.

I. A unidade demandante encaminhará *briefing* ou solicitação formal contendo objetivo, público, mensagem, prazos, canais, restrições e orçamento disponível, quando houver.

II. A contratada apresentará solução técnica, cronograma, estimativa de custos, plano de mídia e demais elementos pertinentes antes do início da execução.

III. Nenhuma produção, contratação de terceiro, veiculação ou distribuição poderá ocorrer sem autorização formal da Administração.

IV. Demandas urgentes deverão ser justificadas e registradas, sem afastar as exigências de autorização e controle de preços.

V. A contratada deverá manter rastreabilidade entre demanda, orçamento, aprovação, ordem de execução, fornecedor, mídia, comprovantes e faturamento.

5.2. FORNECEDORES ESPECIALIZADOS E COTAÇÕES

5.2.1. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo Município poderão fornecer à contratadas bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares. A contratação de cada fornecimento observará, como regra, a apresentação de 03 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores atuantes no ramo, com justificativa técnica da escolha.

5.2.2. Quando o valor do fornecimento superar 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, os orçamentos serão coletados em envelopes fechados e abertos em sessão pública, sob fiscalização do Município, ressalvadas as hipóteses legais de dispensa do procedimento específico.

5.2.3. A escolha não poderá se limitar ao menor valor quando houver diferenças de qualidade, prazo ou solução técnica, mas toda opção por proposta mais onerosa deverá ser motivada e demonstrar vantajosidade. A existência de vínculo societário, familiar relevante ou comercial entre a agência e fornecedor deverá ser previamente informada e submetida à aprovação da Administração.

5.3. VEICULAÇÃO E COMPROVAÇÃO

5.3.1. Os custos e despesas de veiculação apresentados para pagamento deverão ser acompanhados do valor devido ao veículo, tabela de preços vigente, descontos negociados, pedidos de inserção e relatório de checagem de veiculação por empresa independente, sempre que possível.

5.3.2. Pertencerão ao Município as vantagens obtidas nas negociações de compra de mídia, inclusive descontos e bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações, ressalvadas as receitas próprias da agência legalmente excluídas dessa obrigação.

5.4. PRAZOS E NÍVEIS DE ATENDIMENTO

5.4.1. A execução ocorrerá durante toda a vigência. Os prazos específicos de cada campanha serão fixados no *briefing* ou ordem de serviço, conforme complexidade e urgência. A contratada deverá indicar imediatamente impedimentos que possam comprometer o cronograma e apresentar plano de recuperação.

6. DO MODELO DE GESTÃO, FISCALIZAÇÃO E RECEBIMENTO

6.1. A gestão e a fiscalização serão exercidas por agentes formalmente designados, na forma dos arts. 117 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, sem redução da responsabilidade integral da contratada.

6.1.1. A Administração designará gestor contratual para coordenação geral e fiscalização técnica centralizada, sem prejuízo da designação de fiscais ou responsáveis setoriais por secretaria participante. Compete à unidade setorial validar o conteúdo da campanha, confirmar a pertinência da despesa, verificar a execução e realizar o atesto técnico e administrativo necessário à liquidação sob sua dotação. A repartição de atribuições será formalizada por ato administrativo antes da execução.

I. acompanhar e registrar demandas, aprovações, alterações, ocorrências e entregas;

II. verificar a compatibilidade técnica e financeira dos serviços, produções e veiculações;

III. validar cotações, tabelas de preços, descontos e justificativas de seleção de fornecedores;

IV. exigir refazimento ou correção de serviço não conforme, sem ônus adicional quando imputável à contratada;

V. atestar recebimento e instruir a liquidação somente após comprovação da execução;

VI. monitorar manutenção das condições de habilitação e demais obrigações legais;

VII. alimentar o gerenciamento de riscos e comunicar fatos que ultrapassem a competência da fiscalização.

6.2. O recebimento provisório ocorrerá com a entrega dos produtos e documentos da demanda; o recebimento definitivo dependerá da conferência de conformidade, comprovação de veiculação/entrega, aceite técnico e saneamento de eventuais pendências.

7. DA MEDIÇÃO, LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

7.1. O pagamento será realizado apenas pelos serviços efetivamente executados, aprovados e comprovados, mediante nota fiscal/fatura e documentação de suporte, não havendo obrigação de utilização integral do valor global estimado.

7.1.1. Cada demanda terá instrução financeira individualizada e será empenhada e paga pela unidade orçamentária responsável, observada a fonte de recursos específica e a competência do respectivo ordenador de despesa. A centralização da licitação e da gestão técnica pela SEGOV não representa transferência de dotação, unificação de disponibilidades financeiras ou autorização para compensações entre unidades.

7.2. A liquidação deverá conferir, no mínimo, identificação da demanda, período de execução, descrição dos serviços, valores da agência, valores de fornecedores/veículos, tabelas, descontos, autorizações, comprovantes de entrega ou veiculação e regularidade fiscal e trabalhista.

7.2.1. A documentação para liquidação deverá identificar, adicionalmente, secretaria beneficiária, SD de referência, unidade orçamentária, ação, fonte, número do

empenho, ordem de serviço e responsável pelo atesto. Quando houver campanhas multissetoriais, a execução e o faturamento deverão possibilitar a identificação e segregação dos valores imputados a cada unidade, conforme rateio previamente justificado e autorizado.

7.3. O pagamento das despesas será efetuado, excluído o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação da nota fiscal/fatura e da documentação comprobatória exigida, observadas as condições de liquidação e pagamento estabelecidas no instrumento contratual. O atesto dependerá do cumprimento das condições pactuadas; erros ou pendências documentais deverão ser saneados antes do pagamento.

7.4. Havendo controvérsia sobre parcela da execução, poderá ser liquidada e paga a parte incontroversa, observadas as regras do art. 143 da Lei nº 14.133/2021.

7.5. O reajustamento de preços observará o art. 25, § 7º, e o art. 92, V, da Lei nº 14.133/2021, com interregno mínimo de 12 (doze) meses contado da data-base vinculada ao orçamento estimado da contratação, a ser identificada no processo e expressamente consignada no instrumento contratual. Para preços monetários fixos de serviços próprios da agência que não sejam atualizados por tabela referencial aplicável, será utilizado o IPCA/IBGE acumulado no período, ou índice oficial substitutivo.

7.6. Os percentuais de desconto sobre custos internos e de honorários negociados na licitação serão mantidos, não sendo objeto de reajustamento indexado. Os preços de fornecedores especializados, de veículos de divulgação e os direitos de utilização serão apurados e aprovados por demanda, nas condições legais e contratuais, sem reajuste automático ou duplicidade de incidência.

7.7. A solicitação de reajustamento será instruída com memória de cálculo, comprovação da data-base, índice e período aplicável, identificação das parcelas atingidas e documentos de suporte, para análise técnica e decisão motivada. O reajuste contratualmente previsto poderá ser formalizado por apostilamento na forma do art. 136, I, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo da revisão extraordinária por comprovado desequilíbrio econômico-financeiro nos casos legais.

8. DA FORMA E DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1. A seleção será realizada por CONCORRÊNCIA, em forma PRESENCIAL, com CRITÉRIO DE JULGAMENTO MELHOR TÉCNICA e MODO DE DISPUTA FECHADO, em razão da disciplina especial aplicável aos serviços de publicidade, da necessidade de preservação do anonimato do Plano de Comunicação Publicitária e do processamento mediante invólucros físicos.

8.2. DA JUSTIFICATIVA PARA A REALIZAÇÃO DA LICITAÇÃO NA FORMA PRESENCIAL

8.2.1. A Lei nº 14.133/2021 estabelece preferência pela realização das licitações sob a forma eletrônica, admitindo, entretanto, a forma presencial quando houver motivação específica, com registro da sessão em ata e gravação em áudio e vídeo. No caso desta contratação, a opção presencial decorre das particularidades procedimentais impostas

à seleção de agência de propaganda pela Lei nº 12.232/2010 e não de mera conveniência administrativa.

8.2.2. O procedimento de publicidade exige a apresentação da proposta técnica em três invólucros distintos, sendo um destinado à Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, um à Via Identificada e outro às demais informações técnicas, além de invólucro próprio para a proposta de preços e, em fase posterior, dos documentos de habilitação. A Via Não Identificada deve ser acondicionada em invólucro padronizado fornecido pela própria Administração e não pode conter marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer elemento capaz de identificar a licitante antes do momento legalmente previsto.

8.2.3. A preservação do caráter apócrifo da proposta técnica constitui elemento essencial do julgamento. O recebimento presencial permite à Comissão verificar, no ato, as condições externas do invólucro padronizado, rejeitar material que revele identificação, controlar fisicamente a cadeia de custódia e impedir a introdução de códigos, marcas ou sinais durante a abertura e o manuseio. Também reduz riscos associados a metadados, nomes de arquivos, propriedades eletrônicas ou outros vestígios digitais que poderiam, em ambiente exclusivamente eletrônico, revelar direta ou indiretamente a autoria do Plano de Comunicação antes da fase própria.

8.2.4. A dinâmica legal envolve, ainda, atuação segregada da Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica. Os integrantes da Subcomissão não participam da sessão de recebimento e abertura dos invólucros; recebem posteriormente as propostas técnicas para análise individualizada; produzem atas, planilhas e justificativas; e devolvem o material para que, em nova sessão pública, seja aberta a Via Identificada e realizado o cotejo com a Via Não Identificada. Esse encadeamento exige controle de integridade documental, guarda dos invólucros não abertos e movimentação segura dos materiais entre órgãos distintos de julgamento.

8.2.5. A proposta técnica poderá conter cadernos impressos, peças criativas, materiais em formatos diversos e mídias eletrônicas destinadas à demonstração de áudio, vídeo ou animatic. O ambiente presencial facilita a conferência pública do material, a verificação de integridade física e o acesso isonômico, sem a aposição de rubricas, códigos, marcas ou sinais pela Comissão ou pelos participantes nos documentos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada ou em seu invólucro padronizado, na forma do art. 11, § 3º, da Lei nº 12.232/2010.

8.2.6. A própria Lei nº 12.232/2010 estrutura o processamento em sucessivas sessões públicas: abertura das propostas técnicas, apuração do resultado técnico com identificação da autoria, abertura das propostas de preços e, posteriormente, recebimento e abertura dos documentos de habilitação dos classificados. Considerando esse rito, a necessidade de anonimato, a padronização de invólucros e a avaliação por Subcomissão especializada, a forma presencial oferece maior segurança operacional, transparência imediata e auditabilidade para este caso concreto.

8.2.7. A adoção da forma presencial não afastará os mecanismos de transparência e controle previstos na Lei nº 14.133/2021. Todas as sessões públicas pertinentes serão registradas em atas circunstanciadas e gravadas em áudio e vídeo, e as gravações serão juntadas aos autos. Os atos e resultados serão divulgados nos meios oficiais, assegurando-se publicidade, acesso aos autos, contraditório, ampla defesa e condições isonômicas de participação.

8.3. A proposta técnica será julgada por Subcomissão Técnica; a proposta de preços será analisada pela Comissão de Licitação; e os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, observada a sequência especial da Lei nº 12.232/2010.

8.4. É admitida a participação de microempresas e empresas de pequeno porte, em igualdade de condições com as demais licitantes. Considerando que o valor estimado deste único item de serviços é de R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), superior ao limite de receita bruta de R$ 4.800.000,00 previsto no art. 3º, II, da Lei Complementar nº 123/2006, não se aplicam a esta contratação os benefícios previstos nos arts. 42 a 49 da referida Lei Complementar, na forma do art. 4º, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021, inclusive empate ficto, preferência de contratação e prazo diferenciado de regularização fiscal e trabalhista.

8.5. Não poderá participar agência legalmente impedida de licitar ou contratar, declarada inidônea ou sem funcionamento regular no País. A vedação também alcança agência cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou mantenham vínculo profissional direto com o Município, desde que este vínculo configure impedimento legalmente previsto ou situação capaz de comprometer a imparcialidade do procedimento, nos termos dos arts. 9º e 14 da Lei nº 14.133/2021. Não se admitirá participação em consórcio nem de entidade sem fins lucrativos para a execução do objeto empresarial típico de agência de propaganda, e cada licitante apresentará somente uma proposta.

8.5.1. Para verificação de impedimentos à participação e à contratação, a Comissão consultará o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e o Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade (CNJ), sem prejuízo de outras bases oficiais pertinentes, observando-se o art. 91, § 4º, da Lei nº 14.133/2021 e o alcance das sanções aplicáveis.

8.6. A representação poderá ser comprovada mediante ato constitutivo ou ato de eleição, ou por procuração pública ou particular com poderes suficientes, acompanhada do documento que demonstre a legitimidade do outorgante e de cópia de documento oficial de identificação do signatário. Serão admitidas procurações particulares assinadas eletronicamente com certificado digital verificável ou manualmente, sem reconhecimento de firma, desde que a autenticidade possa ser conferida pela Comissão, facultada diligência motivada em caso de dúvida, nos termos do art. 12, V, da Lei nº 14.133/2021. A ausência de credenciamento não impedirá a entrega dos invólucros, mas impedirá a prática de atos em nome da licitante até regularização, quando admitida.

9. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1. A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (três) membros, preferencialmente formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuação comprovada em uma dessas áreas, sendo pelo menos 01 (um) sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município.

9.2. A escolha ocorrerá por sorteio em sessão pública entre, no mínimo, 09 (nove) nomes previamente cadastrados, correspondente ao triplo do número de integrantes, sendo a relação composta por pelo menos 1/3 (um terço) de profissionais sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município. A relação será divulgada

com antecedência mínima de 10 (dez) dias da sessão de sorteio, assegurada impugnação até 48 (quarenta e oito) horas antes.

9.2.1. Acolhida impugnação ou declarado impedimento que reduza a lista a menos de 09 (nove) nomes ou comprometa a participação mínima de profissionais sem vínculo, será formada e divulgada nova relação, preservados os prazos legais, ficando vedado o sorteio antes da recomposição da lista.

9.3. Os membros atuarão com autonomia técnica, igualdade de participação, confidencialidade e impedimento de participação nas sessões de recebimento e abertura das propostas. Deverão declarar ausência de conflito de interesses e manter sigilo até a divulgação oficial do julgamento.

10. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica será apresentada em 03 (três) invólucros distintos: Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária, Via Não Identificada; Invólucro nº 2 – Plano de Comunicação Publicitária, Via Identificada; Invólucro nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.1. Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária, Via Não Identificada

10.1.1. O Invólucro nº 1 será padronizado e fornecido previamente pela Administração. Deverá ser retirado obrigatoriamente até 03 (três) dias úteis antes da data e do horário da sessão de recebimento, e entregue sem fechamento e sem rubrica, preservando-se o sigilo da autoria até o momento legal de identificação.

10.1.2. O invólucro e seu conteúdo não poderão conter identificação, informação, marca, sinal, etiqueta, deformação ou qualquer elemento capaz de revelar a licitante.

10.1.3. O Plano de Comunicação – Via Não Identificada será apresentado em caderno único, orientação retrato, espiral preto à esquerda; capa e contracapa brancas A4 entre 75 g/m² e 90 g/m²; conteúdo em papel branco A4 da mesma faixa de gramatura; margem esquerda de 3 cm e direita de 2 cm; títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos; espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos; texto justificado; fonte Arial preta tamanho 12; páginas internas numeradas ao centro inferior; e ausência absoluta de identificação.

10.1.4. Gráficos, quadros, tabelas e planilhas do Raciocínio Básico e da Estratégia de Comunicação poderão ser coloridos e apresentados em A3 dobrado ou orientação paisagem, computando-se cada folha A3 como duas páginas A4 para o limite aplicável. Os elementos da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão utilizar formatação técnica usual, cores e A3 dobrado.

10.1.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa ficam limitados, em conjunto, a 10 (dez) páginas. A Estratégia de Mídia e Não Mídia não terá limite de páginas.

10.2. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

SUBQUESITO	CONTEÚDO MÍNIMO
1. Raciocínio Básico	Análise das características e especificidades do Município e de seu papel no contexto; diagnóstico das necessidades de comunicação; compreensão do desafio e dos objetivos estabelecidos no briefing.
2. Estratégia de Comunicação Publicitária	Apresentação e defesa do partido temático e conceito; definição e defesa do que dizer, a quem, como, quando e por quais meios, instrumentos e ferramentas.
3. Ideia Criativa	Relação das peças julgadas necessárias, com descrição sintética; corporificação de até 08 peças, observadas as regras específicas para peças gráficas, rádio, audiovisual, internet e não mídia.
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	Estratégia, tática e plano de mídia; critérios de seleção; programação; valores por veículo; formatos; períodos; inserções; custos relativos; cobertura e frequência quando mensuráveis; uso de canais próprios e não mídia.

10.2.1. Todos os exemplos da Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de textos. Os exemplos impressos em A4 serão afixados em papel duplex preto com margem de 4 cm. Peças de áudio e animatics serão entregues em pen drive executável em Windows, sem qualquer identificação da licitante.

10.2.2. Para a contagem das 08 peças corporificadas: reduções e variações de formato contam como novas peças; cada componente de kit conta individualmente; peça sequencial com mensagem única conta como uma; hotsite e todas as suas páginas contam como uma; filme e hotsite contam como duas; banner e hotsite contam como duas. Hotsite simulado não poderá conter vídeo ou imagem em movimento.

10.2.3. O plano de mídia deverá conter resumo do período, quantidades de inserções, investimentos absolutos e percentuais por meio e plataforma, custos de produção/execução por peça, custos de produção e distribuição de não mídia, valores de soluções inovadoras e quantidades de materiais. Para a simulação serão utilizados preços de tabela cheia vigentes na data de divulgação da licitação, desconsiderados repasses de desconto de agência, honorários e custos internos.

10.3. Invólucro nº 2 – Via Identificada

10.3.1. A Via Identificada será cópia do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, com identificação da licitante, data, assinatura na última página e rubrica nas demais por representante com poderes.

10.4. Invólucro nº 3 – Demais quesitos técnicos

10.4.1. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

I. relação nominal dos principais clientes e data de início do atendimento;
II. quantificação e qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição, com currículo resumido e áreas de atuação;
III. infraestrutura e instalações disponíveis para o contrato;
IV. sistemática operacional de atendimento;

V. informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e auditoria de circulação e controle de mídia disponibilizadas regularmente sem ônus adicional.

10.4.2. Quesito 3 – Repertório

10.4.2.1. Serão apresentadas 10 (dez) peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante a partir de 1º de janeiro de 2020, acompanhadas de ficha técnica contendo, no mínimo, cliente, título, data/período e veículo/meio de divulgação quando aplicável. Não serão aceitos trabalhos produzidos para o Município em contratos publicitários anteriores.

10.4.3. Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

10.4.3.1. Serão apresentados 02 (dois) relatos, com no máximo 02 (duas) páginas cada, referentes a soluções implementadas a partir de 1º de janeiro de 2020, validados pelo respectivo cliente em documento apartado. Cada relato poderá conter até 03 (três) peças publicitárias de apoio.

10.4.4. O conteúdo do Invólucro nº 3 será apresentado em 03 (três) cadernos distintos, correspondentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, devidamente identificados, paginados, rubricados e assinados conforme as especificações de apresentação e as condições técnicas estabelecidas neste Termo de Referência.

11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. A Subcomissão Técnica realizará análise individualizada, comparativa e motivada das propostas, atribuindo pontuações de acordo com o grau de atendimento aos atributos de cada quesito e subquesito.

QUESITO/SUBQUESITO	ATRIBUTOS ESSENCIAIS	PARÂMETROS DE PONTUAÇÃO
Plano – Raciocínio Básico	Acuidade da análise institucional e contextual; pertinência das necessidades de comunicação; assertividade na compreensão do desafio e objetivos.	Ótimo 5,0 | Bom 3,0 | Regular 2,0 | Não atendeu 1,0 | Não apresentou 0,0
Plano – Estratégia de Comunicação	Adequação e consistência do partido temático/conceito; interpretações positivas; consistência técnica; articulação de conhecimentos; exequibilidade frente à verba.	Ótimo 20,0 | Bom 15,0 | Regular 10,0 | Não atendeu 5,0 | Não apresentou 0,0
Plano – Ideia Criativa	Alinhamento estratégico; pertinência; adequação ao público e meios; originalidade; clareza; exequibilidade.	Ótimo 25,0 | Bom 20,0 | Regular 15,0 | Não atendeu 5,0 | Não apresentou 0,0
Plano – Estratégia de Mídia e Não Mídia	Adequação à ação, verba, desafio e objetivos; consistência técnica; hábitos de consumo; uso de recursos próprios; eficiência e economicidade.	Ótimo 15,0 | Bom 12,0 | Regular 9,0 | Não atendeu 1,5 | Não apresentou 0,0

QUESITO/SUBQUESITO	ATRIBUTOS ESSENCIAIS	PARÂMETROS DE PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento	Porte e tradição dos clientes; equipe; infraestrutura; sistema de relacionamento; utilidade de dados de marketing/audiência/mídia.	Ótimo 15,0 | Bom 12,0 | Regular 9,0 | Não atendeu 1,5 | Não apresentou 0,0
Repertório	Originalidade e adequação; clareza e linguagem; qualidade de produção, execução e acabamento.	Ótimo 10,0 | Bom 8,0 | Regular 6,0 | Não atendeu 3,0 | Não apresentou 0,0
Relatos de Soluções	Evidência de planejamento; contribuição para objetivos; complexidade e resultados; encadeamento lógico.	Ótimo 10,0 | Bom 8,0 | Regular 6,0 | Não atendeu 3,0 | Não apresentou 0,0

11.2. A pontuação máxima da Proposta Técnica será de 100 (cem) pontos. O Plano de Comunicação Publicitária totalizará até 65 (sessenta e cinco) pontos; a Capacidade de Atendimento, até 15 (quinze) pontos; o Repertório, até 10 (dez) pontos; e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, até 10 (dez) pontos. A pontuação de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão, considerada uma casa decimal, e a pontuação final corresponderá à soma dos quatro quesitos.

11.3. Se a licitante apresentar quantidade inferior à exigida de peças no Repertório ou de Relatos, a pontuação máxima desses quesitos será reduzida proporcionalmente por regra de três simples.

11.4. Sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuídas por membros da Subcomissão a um quesito ou subquesito superar 20% de sua pontuação máxima, haverá reavaliação. Persistindo a divergência, os autores das notas destoantes registrarão em ata as razões de sua manutenção.

11.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que: (i) permita identificação da autoria do Plano – Via Não Identificada antes da abertura da via identificada; (ii) não alcance 80 (oitenta) pontos no total, considerado o limite global consolidado; ou (iii) obtenha zero em qualquer quesito ou subquesito. Outras falhas poderão ensejar desclassificação quando substanciais e incompatíveis com a isonomia ou o julgamento objetivo.

11.6. O desempate técnico observará, sucessivamente, a maior pontuação no Plano de Comunicação Publicitária, na Capacidade de Atendimento, no Repertório e nos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Persistindo o empate, aplicar-se-ão os critérios legais de desempate cabíveis, assegurada a publicidade e a motivação do procedimento.

12. DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. A Proposta de Preços será apresentada no Invólucro nº 4, fechado e rubricado no fecho, em caderno único, em papel que identifique a licitante, com páginas numeradas, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais.

Item valorado	Faixa admitida
a) Desconto sobre custos internos baseados na tabela referencial do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, quando a distribuição não gerar desconto de agência.	Mínimo 40% e máximo 60%.
b) Honorários sobre bens/serviços especializados de fornecedores relativos à produção e execução técnica de peça/material sem desconto de agência.	Mínimo 10% e máximo 15%.
c) Honorários sobre pesquisas/instrumentos de avaliação; renovação de direitos autorais e cachês; reimpressão de peças, nas condições aplicáveis.	Mínimo 5% e máximo 10%.
d) Honorários sobre bens/serviços especializados de fornecedores relativos a formas inovadoras de comunicação publicitária e novas tecnologias, sem desconto de agência.	Mínimo 10% e máximo 15%.

12.2. A proposta terá validade mínima de 90 (noventa) dias corridos. Percentuais fora das faixas previstas serão rejeitados.

12.3. Será considerada Proposta de menor preço aquela que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários dos itens “b”, “c” e “d” e, simultaneamente, o maior percentual de desconto do item “a”. Se a mesma proposta não reunir simultaneamente ambas as condições, prevalecerá a menor soma de “b” + “c” + “d”.

12.4. Havendo empate, aplicar-se-ão sucessivamente: menor percentual de honorários do item “b”; menor percentual de honorários do item “d”; maior desconto do item “a”. Em divergência entre algarismos e valor por extenso, prevalecerá o valor por extenso.

12.5. Será desclassificada proposta baseada em outra proposta, que imponha condição incompatível com a contratação ou que descumpra as faixas e regras de remuneração.

13. DO JULGAMENTO FINAL E DA NEGOCIAÇÃO

13.1. O julgamento final observará o critério de Melhor Técnica, em consonância com o rito especial dos serviços de publicidade. Identificada a proposta de menor preço, a licitante mais bem classificada tecnicamente será chamada a praticá-la, quando não a tiver apresentado originalmente.

13.2. Não havendo acordo com a primeira colocada tecnicamente, a negociação será realizada, sucessivamente, com as demais licitantes, respeitada a ordem de classificação técnica, até a obtenção de acordo. A licitante que não concordar em praticar a proposta de menor preço perderá o direito à contratação, sem indenização.

14. DOS DOCUMENTOS E REQUISITOS DE HABILITAÇÃO

14.1. Os documentos de habilitação serão exigidos somente das licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de preços, em sessão específica, acondicionados no Invólucro nº 5, fechado e rubricado.

14.1. Habilitação jurídica

I. ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, registrado, com alterações ou consolidação e objeto social compatível;
II. para sociedade por ações, documentos de eleição dos administradores;
III. para sociedade simples, inscrição do ato constitutivo e prova da diretoria em exercício;
IV. para empresa estrangeira em funcionamento no País, ato de autorização e registro/autorização de funcionamento quando exigível;
V. registro comercial, quando se tratar de empresário individual.

14.2. Regularidade fiscal, social e trabalhista

I. CNPJ e inscrições estadual e/ou municipal pertinentes, quando houver;
II. regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede;
III. regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS;
IV. regularidade perante a Justiça do Trabalho;
V. aceitação de certidão positiva com efeitos de negativa e de situação cuja exigibilidade esteja suspensa;
VI. certidão sem prazo expresso considerada válida por 90 dias, salvo norma específica em sentido diverso.

14.3. Qualificação técnica

I. um ou mais atestados/declarações expedidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado comprovando prestação de serviços compatíveis com o objeto, representados, no mínimo, pelas atividades nucleares de publicidade definidas neste Termo;

II. certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo CENP ou entidade equivalente legalmente reconhecida; certificado da matriz será aceito para a filial, com verificação eletrônica de validade quando disponível.

14.4. Qualificação econômico-financeira

a. certidão expedida pelo distribuidor da sede da licitante relativa à falência e à recuperação judicial ou extrajudicial, dentro do prazo de validade; a existência de recuperação judicial ou extrajudicial não implicará inabilitação automática, desde que a licitante apresente documentação idônea que demonstre sua viabilidade e capacidade econômico-financeira para assumir e executar as obrigações decorrentes da contratação; se a certidão não indicar prazo de validade, será admitida a emitida em até 90 (noventa) dias antes da apresentação; nas praças com mais de um distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões pertinentes;

b. balanço patrimonial, demonstração de resultado do exercício e demais demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercícios sociais já exigíveis, apresentados na forma legal, assinados pelo responsável legal e profissional de contabilidade, com registro ou autenticação aplicável, inclusive via SPED quando utilizado; para pessoa jurídica constituída há menos de 02 (dois) anos, a documentação ficará limitada ao último exercício social, na forma do art. 69, § 6º, da Lei nº 14.133/2021;

c. para pessoas jurídicas constituídas no exercício em curso, sem demonstrações anuais ainda exigíveis: balanço de abertura, quando não houver movimentação, ou balanço intermediário, quando houver movimentação, na forma legal, assinado pelo responsável legal e pelo profissional de contabilidade e registrado ou autenticado quando aplicável;

d. índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC) superiores a 1, calculados e confirmados pelo profissional contábil; poderá também

ser aferido o índice de solvência nos termos definidos na documentação da contratação;

e. se algum dos índices LG, SG ou LC for inferior ou igual a 1, exigência de patrimônio líquido mínimo correspondente a 10% do valor estimado da contratação.

ÍNDICE	FÓRMULA
Liquidez Geral – LG	(Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo)
Solvência Geral – SG	Ativo Total / (Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo)
Liquidez Corrente – LC	Ativo Circulante / Passivo Circulante
Solvência – S	Ativo Total / Passivo Exigível Total

14.5. Declarações

14.5.1. Declaração de compromisso da licitante vencedora sediada fora do Estado da Bahia de disponibilizar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, escritório físico ou virtual, sucursal ou filial no Estado da Bahia, com estrutura adequada ao atendimento das demandas do Município. A declaração deverá ser assinada por representante com poderes e apresentada na fase de habilitação.

a. pleno conhecimento e aceitação das condições da contratação;

b. cumprimento do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal quanto ao trabalho do menor;

c. elaboração independente da proposta;

d. declarações legais de inexistência de impedimentos e demais declarações exigíveis pela Lei nº 14.133/2021.

15. DO PROCEDIMENTO DA LICITAÇÃO

15.1. O procedimento observará a sequência abaixo, sem inversão da habilitação, em respeito à disciplina específica da Lei nº 12.232/2010:

I. credenciamento dos representantes e recebimento dos Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

II. verificação das condições externas do Invólucro nº 1; manutenção sob custódia, fechados e rubricados, dos Invólucros nº 2 e nº 4;

III. abertura dos Invólucros nº 1 e nº 3 em sessão pública, exame visual dos documentos pelos presentes, com rubrica apenas do conteúdo do Invólucro nº 3; é vedada qualquer rubrica, código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 e no conteúdo da Via Não Identificada, com registro em ata e preservação da cadeia de custódia;

IV. encaminhamento do Plano de Comunicação – Via Não Identificada à Subcomissão Técnica, para julgamento individualizado, ata e planilhas motivadas;

V. após a devolução do julgamento do Plano, encaminhamento do conteúdo técnico do Invólucro nº 3 à Subcomissão Técnica, para julgamento separado, ata e planilhas motivadas;

VI. realização de segunda sessão pública para divulgação/recebimento dos julgamentos técnicos, abertura do Invólucro nº 2, cotejo das vias identificada e não identificada e cálculo/classificação final da Proposta Técnica;

VII. após o encerramento da fase técnica e dos recursos pertinentes, realização de terceira sessão pública para abertura do Invólucro nº 4, julgamento das Propostas de Preços, identificação da proposta de menor preço, negociação segundo a ordem técnica e declaração do julgamento final;

VIII. após o encerramento dos recursos do julgamento final, convocação para quarta sessão pública destinada ao recebimento e abertura do Invólucro nº 5, análise da habilitação das licitantes classificadas e divulgação do resultado;

IX. encerrada a fase recursal, encaminhamento para adjudicação e homologação pela autoridade competente.

15.2. As sessões serão públicas e registradas em atas circunstanciadas, com gravação em áudio e vídeo. A Subcomissão Técnica não participará da sessão de recebimento dos invólucros. O anonimato do Plano de Comunicação será preservado até a abertura da via identificada; sua quebra indevida constitui vício grave e poderá determinar a anulação do procedimento.

15.3. Das decisões relativas ao julgamento das Propostas Técnicas, ao julgamento das Propostas de Preços, ao julgamento final e à habilitação caberá recurso administrativo no prazo de 03 (três) dias úteis, contado da intimação do ato ou da lavratura da ata. Interposto o recurso, será assegurado às demais licitantes prazo de 03 (três) dias úteis para contrarrazões. A Comissão poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 03 (três) dias úteis ou encaminhar o recurso, devidamente instruído, à autoridade competente, que decidirá no prazo legal. Os recursos relativos à habilitação/inabilitação e ao julgamento das propostas terão efeito suspensivo nos termos da legislação.
15.4. Após a decisão dos recursos da fase de habilitação, ou transcorrido o prazo sem interposição, o resultado será encaminhado à autoridade competente para adjudicação e homologação, observada a verificação final da regularidade do procedimento.

16. DA ESTIMATIVA DO VALOR E DA ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

16.1. O valor global estimado para os primeiros 12 (doze) meses é de R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais). O valor constitui limite de despesa e não obrigação de consumo integral.

16.2. A formação do orçamento considera o caráter sob demanda do objeto, o histórico e as necessidades estimadas de comunicação, as formas de remuneração do mercado publicitário e as regras específicas de contratação de fornecedores e veículos. Os documentos de suporte, memórias e referências de preços integrarão a pesquisa de preços do processo.

16.3. As despesas correrão por dotações específicas das unidades participantes SEGOV, SEMESJ, SMS, SEDUC e SEAS, indicadas nas Solicitações/Reservas de Dotação de outubro

de 2026, conforme quadro abaixo. As SDs comprovam os valores registrados no sistema, mas não substituem a verificação da efetiva disponibilidade de crédito, do empenho, da pertinência do objeto à ação orçamentária e, em especial, da elegibilidade das despesas custeadas por fontes vinculadas.

16.4. Antes da publicação do edital, deverão ser confirmadas pela área contábil e pelos ordenadores de despesa a adequação das fontes e ações às campanhas previstas, em especial 15001001 (educação), 15001002 e 16000000 (saúde) e 16600000/16610000 (assistência social), consideradas as regras de vinculação, finalidade e prestação de contas. A existência de SD aprovada, isoladamente, não dispensa esse exame.

16.5. O valor global não poderá ser executado indiscriminadamente por qualquer secretaria: os subtetos por unidade e os saldos por SD constituem referências de planejamento e controle. Eventuais revisões de alocação ou de dotação dependerão dos atos orçamentários, autorizações e formalizações contratuais cabíveis, sem prejuízo dos limites legais e do valor global contratado.

SD	ÓRGÃO / UNIDADE	AÇÃO	FONTE	NATUREZA	VALOR (R$)
657/2026	SEGOV / 0601	2142	15000000	3.3.90.39.00	2.000.000,00
660/2026	SEMESJ / 1201	2200	15000000	3.3.90.39.00	1.000.000,00
1697/2026	SMS / 1701	2603	15001002	3.3.90.39.00	700.000,00
1698/2026	SMS / 1701	2626	16000000	3.3.90.39.00	300.000,00
243/2026	SEDUC / 1101	2402	15001001	3.3.90.39.00	500.000,00
458/2026	SEAS / 0901	2300	15000000	3.3.90.39.00	100.000,00
459/2026	SEAS / 0901	2310	15000000	3.3.90.39.00	50.000,00
460/2026	SEAS / 0902	2320	16600000	3.3.90.39.00	25.000,00
461/2026	SEAS / 0902	2321	16600000	3.3.90.39.00	125.000,00
462/2026	SEAS / 0902	2322	16600000	3.3.90.39.00	25.000,00
463/2026	SEAS / 0902	2326	16610000	3.3.90.39.00	25.000,00
464/2026	SEAS / 0902	2326	16600000	3.3.90.39.00	50.000,00
465/2026	SEAS / 0902	2325	16600000	3.3.90.39.00	75.000,00
466/2026	SEAS / 0902	2325	16610000	3.3.90.39.00	25.000,00
TOTAL					5.000.000,00

Síntese por unidade: SEGOV – R$ 2.000.000,00; SEMESJ – R$ 1.000.000,00; SMS – R$ 1.000.000,00; SEDUC – R$ 500.000,00; SEAS – R$ 500.000,00. Total: R$ 5.000.000,00. Todas as dotações possuem natureza 3.3.90.39.00. As descrições das ações e fontes encontram-se nas SDs que instruem o processo.

17. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

17.1. Executar os serviços com estrita observância deste Termo de Referência, das ordens de serviço, dos briefings, das aprovações expedidas pela Administração, da proposta apresentada, do contrato e da legislação aplicável, responsabilizando-se pela qualidade técnica, legalidade, tempestividade e exatidão de todos os atos que praticar na execução.

17.2. Manter preposto formalmente indicado e equipe técnica em quantidade, qualificação e disponibilidade compatíveis com o volume e a complexidade das demandas, assegurando continuidade do atendimento, participação em reuniões presenciais ou remotas e pronta comunicação de qualquer fato que possa comprometer prazo, qualidade, custo ou resultado.

17.3. Receber e analisar os briefings da Administração, solicitar tempestivamente esclarecimentos necessários e apresentar, antes da execução, planejamento, solução

criativa, cronograma, estimativa de custos, especificações de produção e estratégia de mídia ou não mídia, conforme a natureza da demanda. Nenhum serviço, contratação de terceiro, produção, distribuição ou veiculação poderá ser iniciado sem autorização formal da unidade competente.

17.4. Executar as peças, campanhas e demais entregas de acordo com os padrões aprovados, promovendo, sem ônus adicional para o Município quando o defeito lhe for imputável, correção, refazimento, substituição ou complementação de material rejeitado pela fiscalização. A aprovação de etapa ou peça não exclui a responsabilidade da contratada por erro técnico, vício oculto, infração legal ou descumprimento de direito de terceiro.

17.5. Na contratação de bens e serviços especializados necessários às atividades complementares, utilizar somente fornecedores previamente cadastrados pelo Município, obter os orçamentos exigidos pela Lei nº 12.232/2010, instruir adequadamente a comparação de propostas e observar a abertura pública de orçamentos quando incidente. A contratada deverá demonstrar compatibilidade dos preços com o mercado e justificar tecnicamente eventual escolha de fornecedor que não apresente o menor preço, quando houver vantagem objetiva de qualidade, prazo, capacidade ou solução.

17.6. Manter independência e imparcialidade na relação com fornecedores e comunicar à Administração qualquer vínculo societário, comercial ou pessoal capaz de gerar conflito de interesses. A contratada responderá pela regularidade das contratações que intermediar e não poderá impor fornecedor, direcionar cotações, restringir indevidamente a competição ou fracionar fornecimentos para evitar controles legais.

17.7. Na reserva e compra de espaço ou tempo publicitário, atuar por ordem e conta do Município, identificando previamente o Contratante e obtendo autorização expressa. Cada faturamento de mídia deverá ser acompanhado dos elementos exigidos pela legislação, inclusive valor devido ao veículo, tabela de preços, descontos negociados, pedidos de inserção e comprovação ou checagem da veiculação, sempre que possível por meio independente.

17.8. Buscar continuamente as melhores condições comerciais para o Município e transferir ao contratante as vantagens que legalmente lhe pertençam, inclusive descontos e bonificações de tempo, espaço ou reaplicações decorrentes da negociação de mídia. Os planos de incentivo eventualmente concedidos pelos veículos, quando constituírem receita própria da agência na forma legal, não poderão influenciar a escolha dos meios nem se sobrepor ao interesse do Município, devendo a seleção de veículos apoiar-se em critérios técnicos, dados, pesquisas e objetivos da campanha.

17.9. Apresentar documentação técnica, financeira e fiscal suficiente para permitir medição, liquidação e auditoria de cada demanda, mantendo correlação inequívoca entre briefing, autorização, orçamento, fornecedor, veículo, peça, ordem de serviço, comprovante de execução e faturamento. Valores sem documentação comprobatória adequada poderão ser glosados até o saneamento da pendência, sem prejuízo das demais medidas cabíveis.

17.10. Entregar relatórios de produção, distribuição e veiculação, mapas e planos de mídia, comprovantes, arquivos finais e, quando tecnicamente cabível, arquivos abertos ou editáveis, bem como licenças, cessões, autorizações de uso, termos de imagem, voz, trilha, fotografia, software, fonte, ilustração e demais direitos necessários à utilização institucional das peças nos limites contratados.

17.11. Responder pela obtenção e regularidade dos direitos autorais, conexos, de personalidade e demais direitos de terceiros utilizados nas campanhas, informando previamente à Administração eventuais limitações de prazo, território, meio, quantidade de

inserções ou reutilização. Qualquer custo de renovação de direito ou cachê deverá ser previamente autorizado e devidamente comprovado.

17.12. Observar integralmente as normas aplicáveis à publicidade governamental, especialmente a vedação de promoção pessoal de autoridades ou servidores, além dos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, transparência, acessibilidade e interesse público. A contratada deverá alertar formalmente a Administração quando identificar conteúdo, orientação ou peça que possa contrariar norma jurídica ou ética publicitária.

17.13. Proteger informações estratégicas, credenciais, bancos de dados e dados pessoais a que tiver acesso, utilizando-os exclusivamente para a finalidade autorizada. Deverá adotar controles de segurança compatíveis, restringir acessos, comunicar incidentes e observar a Lei nº 13.709/2018, sem realizar tratamento ou compartilhamento de dados para finalidade própria.

17.14. Permitir e facilitar a fiscalização, auditoria interna e externa e atuação dos órgãos de controle, disponibilizando, sempre que solicitado, documentos, arquivos, contratos, cotações, tabelas, comprovantes, relatórios e demais informações relacionadas à execução. O sigilo comercial somente poderá ser oposto nos estritos limites legais e não impedirá o acesso da Administração aos elementos necessários à fiscalização do contrato.

17.15. Manter durante toda a vigência as condições de habilitação e qualificação exigidas, bem como sua regularidade jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e técnica. Qualquer alteração societária, mudança de endereço, perda de certificação técnica, impedimento de contratar ou fato que possa afetar a capacidade de execução deverá ser comunicado imediatamente ao Município.

17.16. A contratação de fornecedores especializados não transfere nem reduz a responsabilidade da agência perante o Município. A contratada responderá pelos atos de seus empregados, prepostos, fornecedores e demais terceiros por ela acionados, inclusive por danos, falhas de execução, violação de direitos, descumprimentos de prazo ou obrigações trabalhistas, tributárias e comerciais que lhe sejam legalmente atribuíveis.

17.17. Manter, pelo prazo mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, na forma do art. 17 da Lei nº 12.232/2010, sem prejuízo de prazo superior previsto em norma de arquivo, controle, prestação de contas ou responsabilidade. O acervo deverá ser organizado de forma que permita rápida identificação por campanha e por despesa.

17.18. Ao término do contrato, ou sempre que solicitado, entregar ao Município todo o acervo institucional que lhe pertença ou seja necessário à continuidade das campanhas, inclusive arquivos, relatórios, históricos de mídia, documentos de direitos, acessos e materiais produzidos, observados os limites dos direitos de terceiros e das licenças contratadas, abstendo-se de reter informação ou ativo indispensável à continuidade administrativa.

17.19. A contratada sediada fora do Estado da Bahia deverá disponibilizar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, escritório físico ou virtual, sucursal ou filial em localidade situada no Estado da Bahia, comprovando à Administração a disponibilidade da estrutura de atendimento pactuada.

18. DAS OBRIGAÇÕES DO MUNICÍPIO

18.1. Compete a cada secretaria participante formalizar e motivar suas demandas, indicar dotação e saldo, comprovar o vínculo entre a campanha e a política pública atendida, obter as autorizações internas, fiscalizar os serviços recebidos, realizar os atestos pertinentes e promover os atos de execução orçamentária, liquidação e pagamento de suas despesas, na forma das normas municipais e dos atos de designação.

18.2. Compete à SEGOV coordenar o planejamento técnico-publicitário, consolidar demandas, manter padrão documental de execução, acompanhar o teto global e articular-se com a agência e as demais secretarias, observado o ato formal que disciplinará a gestão da contratação.

a. fornecer informações, dados e briefings necessários à execução

b. designar gestor e fiscais e acompanhar a execução;

c. aprovar ou rejeitar, de forma motivada e tempestiva, propostas, peças, planos e orçamentos;

d. manter cadastro de fornecedores especializados para fins da Lei nº 12.232/2010;

e. realizar e fiscalizar sessões públicas de abertura de orçamentos quando legalmente exigidas;

f. efetuar pagamentos de serviços comprovados, observados os procedimentos de liquidação;

g. divulgar, em sítio próprio, informações da execução contratual com fornecedores, veículos e valores agregados por tipo de serviço/meio, conforme a legislação.

19. DA SUSTENTABILIDADE, INTEGRIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS

19.1. Serão privilegiados fluxos digitais, redução de impressões, formatos reutilizáveis e soluções de mídia orientadas por evidências. Materiais físicos deverão, quando tecnicamente possível, utilizar insumos de menor impacto ambiental e destinação adequada de resíduos.

19.2. É vedada qualquer prática de favorecimento, sobrepreço, combinação entre fornecedores, pagamento por serviço não executado, manipulação de comprovação de veiculação, uso de informação privilegiada ou conflito de interesses. A contratada deverá adotar controles de integridade e permitir auditoria documental.

19.3. O tratamento de dados pessoais eventualmente necessário à execução deverá limitar-se à finalidade autorizada, observar segurança, minimização e confidencialidade e atender à Lei nº 13.709/2018.

20. DO GERENCIAMENTO DE RISCOS

20.1. Os riscos da fase de seleção e da execução contratual estão detalhados em Mapa de Riscos específico, que deverá ser atualizado sempre que houver alteração relevante de escopo, estratégia, cronograma, orçamento, ambiente normativo ou ocorrência material durante a execução.

20.2. A matriz de riscos deverá incluir, além dos eventos originalmente previstos, os riscos de sobreposição de solicitações setoriais, autorizações concorrentes, ausência de saldo em uma unidade, classificação inadequada da fonte, utilização de recursos vinculados para campanhas incompatíveis e pagamento sem identificação do beneficiário. Serão medidas preventivas obrigatórias a identificação da dotação na origem, verificação prévia pelo ordenador competente, controles de saldo segregados, fluxos formais de aprovação e prestação de contas por campanha e unidade.

21. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

21.1. O objeto será adjudicado a 01 (uma) agência. Não haverá garantia de demanda mínima nem obrigação de utilização integral do valor estimado.

21.2. A interpretação das exigências deverá privilegiar legalidade, finalidade, isonomia, competitividade, julgamento objetivo, preservação do anonimato, seleção da proposta mais vantajosa e segurança jurídica, sem afastar requisitos substanciais.

21.3. Base legal da contratação: Lei Federal nº 12.232/2010; Lei Federal nº 14.133/2021, aplicada subsidiariamente; Lei Federal nº 4.680/1965; Decreto Federal nº 57.690/1966, com suas alterações; normas aplicáveis à atividade publicitária, inclusive as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, no que forem compatíveis com o regime jurídico-administrativo.

Eunápolis-BA, 07 de outubro de 2026

_____
ELBER CALDAS DE OLIVEIRA
ASSESSOR DE MARKETING E PUBLICIDADE

APROVADO POR:

_____
MILTON CÉSAR SANTOS BRANDÃO
Secretário Municipal de Governo

_____
MARIA MENEZES FERREIRA VIANA
Secretária Municipal de Assistência Social

_____
BRENO ALEXANDER SARAIVA MULLER DE AZEVEDO
Secretário Municipal de Saúde

_____
JOVITA LIMA DO SANTOS SILVA
Secretária Municipal de Educação

_____
TIAGO SOARES DE OLIVEIRA
Secretário Municipal de Esportes