



EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 01/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 21/2026

A Comissão de Contratação, na forma da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, da Lei n.º 14.133, de 01 de abril de 2021 e alterações, torna público, para conhecimento dos interessados, que realizará licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PRESENCIAL. Tipo MELHOR TÉCNICA E PREÇO com fundamento no Art. 6º, inciso XXXVIII, alínea "c", tendo por finalidade a seleção da melhor proposta visando à **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE CARÁTER EDUCATIVO, INFORMATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, PARA O CONSÓRCIO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO VALE DO JIQUIRIÇÁ**, estando designado o **dia 27/07/2026**, às 10h00min. Para recebimento dos envelopes contendo documentação de habilitação, proposta técnica e proposta de preços, na Sala de reunião, situada na sede do CONVALE, na Rua Coronel José de Moura Medrado s/n, bairro Jiquiriçá, Maracás/Bahia.

RECEBIMENTO E INÍCIO DA ABERTURA DOS ENVELOPES "DOCUMENTAÇÃO" E "PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS"

LOCAL: Rua Coronel José de Moura Medrado s/n, bairro Jiquiriçá, Maracás/Bahia ;

DIA: 27/07/2026

HORÁRIO: 10h00min.

- a) Se, no dia supracitado não houver expediente, o recebimento e o início da abertura dos envelopes referentes a esta Concorrência realizar-se-ão no primeiro dia útil de funcionamento do Consórcio do Vale do Jiquiriçá.
- b) No local indicado serão realizados os procedimentos pertinentes a esta Licitação, com respeito a:
- I - Recebimento dos envelopes "Documentação" e "Propostas";
 - II - Devolução dos envelopes "Propostas" às licitantes inabilitadas; e
 - III - Abertura dos envelopes "Propostas" das licitantes habilitadas.
- c) As decisões da Comissão de Licitações serão comunicadas mediante publicação no Diário Oficial do Convale, disponível no endereço eletrônico <https://sai.io.org.br/ba/convale/site/diariooficial>, pelo menos por 01 (um) dia, salvo com referência àquelas que puderem ser comunicadas diretamente, mediante ofício, aos representantes legais das licitantes, principalmente quanto a:
- I - Habilitação ou inabilitação da licitante;
 - II - Julgamento das propostas;
 - III - Resultado de recurso porventura interposto;
 - IV - Resultado de julgamento desta Concorrência.
- d) A solicitação de esclarecimento de dúvidas a respeito de condições deste Edital e de outros assuntos relacionados a presente licitação deverá ser efetuada pelas empresas interessadas em participar do certame até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação desta Concorrência, mediante protocolo físico na sede deste Consórcio, durante seu horário de funcionamento, das 08h até 12h e de 13:30 até as 17h de segunda a sexta, ou através de protocolo virtual perante o e-mail licitaconvaleba@gmail.com, desde que, neste caso, seja acusado o recebimento.
- e) O esclarecimento de dúvidas a respeito de condições deste Edital e de outros assuntos relacionados a presente licitação serão divulgados mediante publicação na *web*, no endereço



<https://sai.io.org.br/ba/convale/site/diariooficial>, cabendo às licitantes o ônus de acessá-lo para a obtenção das informações prestadas pela Comissão de Licitações.

1 - DESCRIÇÃO DO OBJETO

1.1. Constitui objeto desta Concorrência a contratação de empresa para serviços especializados de publicidade institucional, com caráter educativo, informativo e de orientação social, voltados à divulgação de ações, programas, campanhas, serviços e iniciativas promovidas ou apoiadas pelo Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá, pelo critério de melhor técnica e menor preço.

1.1.1. Os serviços licitados servirão ao atendimento das necessidades do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e sua estrutura organizacional e outros que venham a ser instituídos durante a vigência do Contrato decorrente desta Licitação ou termos aditivos.

1.2. Os serviços de publicidade acima mencionados compreenderão:

- a) estudo, criação/concepção, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias;
- b) elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- d) criação, produção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, bem como campanhas publicitárias;
- e) criação, produção, veiculação e distribuição de anúncios e publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e/ou internacional;
- f) realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Consórcio, no que se refere à sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e às suas características ao custo da publicidade;
- g) serviços de elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas diversas para divulgação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá em jornais, rádios, emissoras de TV, outdoors, mini-doors, empena, back light, triedo, busdoor, front light, revistas, panfletos, folders e outros
- h) formulação do Plano de Comunicação;
- i) execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência do Presidente e ou da Secretária Executiva do CONVALE.
- j) intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

1.3. Para fins desta Concorrência, as ações de publicidade abrangem a publicidade de utilidade pública, a publicidade institucional e a publicidade mercadológica, excluídos os patrocínios e promoções.

a) **Publicidade Institucional:** a que tem como objeto divulgar informações sobre atos, obras e programas, e convênios executados pelo Consórcio do Vale do Jiquiriçá, suas metas e resultados;



b) **Publicidade de Utilidade Pública:** a que tem como objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando melhorar a sua qualidade de vida.

1.4. Considerando a natureza multidisciplinar e diversificada dos serviços de publicidade e marketing digital, admite-se a **subcontratação parcial** de atividades acessórias, complementares ou especializadas relacionadas à criação, produção e execução das ações publicitárias, desde que mantida a responsabilidade integral da contratada perante a Administração Pública.

1.4.1 Os serviços de publicidade abrangem diversas especialidades técnicas e operacionais, tais como produção audiovisual, criação de jingles, spots, vídeos, peças gráficas, outdoors, animações, fotografia, produção de conteúdo digital, desenvolvimento web, impulsionamento de mídia digital, entre outros, demandando, em muitos casos, a participação de fornecedores e profissionais especializados.

1.4.2 A possibilidade de subcontratação encontra amparo no art. 122 da Lei nº 14.133/2021, o qual dispõe que:

1.4.2.1 “Na execução do contrato e sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, o contratado poderá subcontratar partes da obra, do serviço ou do fornecimento até o limite autorizado, em cada caso, pela Administração.”

1.5. A contratação com a empresa vencedora obedecerá às condições do instrumento de contrato constante do **Anexo X** deste instrumento convocatório.

1.6. Após levantamento realizado pela equipe de contratação, considerando as quantidades estimadas necessárias para atendimento da demanda administrativa, chegou-se à estimativa de gastos com os serviços objeto desta Concorrência no valor de **R\$ 171.412,00 (cento e setenta e um mil, quatrocentos e doze reais)**, e, se constitui em mera previsão dimensionada, não estando o CONSÓRCIO obrigado a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

1.7 A administração adotou como referência os valores constantes na tabela **SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda**, instrumento amplamente utilizado como parâmetro técnico de precificação para serviços publicitários e de comunicação, garantindo padronização, razoabilidade e compatibilidade com os preços praticados no mercado especializado.

1.8. O valor pertinente à efetiva utilização dos serviços previstos neste edital será orçado pela Contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se rigorosamente, sob pena de responsabilidade.

1.9. As empresas, na formulação da proposta de preço, deverão levar em consideração as especificações técnicas contidas nos anexos deste edital.

2 - CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

2.1. Poderão participar desta licitação pessoas jurídicas que satisfizerem a definição de Agência de Propaganda, constante do art. 3º da Lei Federal nº 4.680/65 e Decreto nº 57.690/66, constituídas em seu regular funcionamento no Brasil, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP.

2.2. Não poderão concorrer nesta Licitação:

- a) Empresa suspensa de participar de licitação e impedida de contratar com o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá/BA, durante o prazo da sanção aplicada;
- b) Empresa declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;
- c) Sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País;
- d) Empresa cujo estatuto ou contrato social não inclua o objeto desta Concorrência;
- e) Empresa que se encontre em processo de dissolução, falência, concordata, fusão, cisão ou incorporação;
- (f) Empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;
- g) Agências cujos sócios ou proprietários sejam empregados ou ocupem cargos no Consórcio do Vale do Jiquiriçá;
- h) As pessoas impedidas de participar por força do art. 14 da Lei nº 14.133/2021;

2.3. Será permitida a participação de consórcios, desde que constituído na forma da lei.

2.4. As licitantes deverão proceder, antes da elaboração das propostas, a verificação minuciosa de todos os elementos fornecidos, comunicando por escrito até 05 (cinco) dias úteis antes da reunião de abertura da licitação os erros ou omissões porventura observadas. A não comunicação no prazo acima estabelecido implicará na tácita aceitação dos elementos fornecidos, não cabendo, em nenhuma hipótese, qualquer reivindicação posterior com base em imperfeições, omissões ou falhas.

3 - PRAZO DE EXECUÇÃO

3.1. O prazo para execução dos serviços objeto do presente edital será de 12 (doze) meses, após a assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por períodos sucessivos até o limite máximo, de acordo com a Lei Federal n.º 14.133/2021, e alterações posteriores, firmando-se para tanto, aditivos ao pacto original.

4 – CREDENCIAMENTO

4.1. As propostas e os documentos de habilitação deverão ser apresentados por pessoa devidamente credenciada.

4.2. Reputa-se credenciada a pessoa física regularmente designada para representar a licitante no processo licitatório.

4.3. É vedada a qualquer pessoa física a representação, na presente licitação, de mais de uma empresa licitante.

4.4. O credenciamento de sócios far-se-á através da apresentação do ato constitutivo, estatuto ou contrato social, e no caso das sociedades por ações, acompanhado do documento de eleição e posse dos administradores.

4.5. O credenciamento de mandatários far-se-á mediante a apresentação de procuração por instrumento público ou particular que contenha, preferencialmente, o conteúdo constante do modelo do **Anexo II**, devendo ser exibida, no caso de procuração particular, a prova da legitimidade de quem outorgou os poderes. Deverá a Credencial conter firma reconhecida do signatário.

4.5.1. A Credencial deverá ser apresentada em papel timbrado da empresa, com identificação do representante legal (nome da cédula de identidade e do CPF), além da autorização para a prática dos atos necessários e inerentes ao procedimento licitatório, acompanhada da devida comprovação



(documento de identificação oficial com foto e CPF) e deverá ser assinada pelo administrador da empresa que detenha poderes de tal investidura, e cópia do Contrato Social da empresa e de todas as suas alterações devidamente autenticada, ou a última consolidada. Quando a empresa se fizer representar por sócio que detiver a representação legal para tal investidura, deverá este apresentar cópia autenticada do Contrato Social da empresa e de todas as suas alterações desse contrato até a data da apresentação ou a última consolidada, além de estatuto ou ato de investidura que comprove tal condição, juntamente com documento de identificação oficial com foto e CPF.

4.6. Os documentos referidos nos itens anteriores, que deverão ser entregues fora dos envelopes mencionados no item 5.1, poderão ser apresentados em original, cópia autenticada ou cópia simples acompanhada do original, para que possa ser autenticada.

4.7. Após a entrega de todas as Credenciais não será permitida a participação de retardatários.

5 - FORMA E APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS

5.1. Os documentos relativos a Proposta Técnica, Proposta de Preços e Habilitação, depois de ordenados na sequência estabelecida neste Edital, serão apresentados em 05 (cinco) envelopes lacrados, os quais deverão conter no anverso dos envelopes, quando for o caso:

5.1.1. ENVELOPE A - (sem nenhum tipo de identificação e fornecido pelo Consórcio do Vale do Jiquiriçá, até três dias úteis antes da data marcada para a Sessão Pública de entrega dos Envelopes.

5.1.2. ENVELOPE B - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (via identificada)

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

DATA E HORÁRIO

5.1.3. ENVELOPE C - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

DATA E HORÁRIO

5.1.4. ENVELOPE D - PROPOSTA DE PREÇOS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

DATA E HORÁRIO

5.1.5. ENVELOPE E - HABILITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

DATA E HORÁRIO

5.2. O **Envelope A**, destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido previamente pelo Consórcio do Vale do Jiquiriçá, sem

nenhum tipo de identificação. O envelope, os textos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária e suas respectivas peças e planilhas não poderão conter nenhuma identificação, ou seja, nomes, expressões, slogans, marcas, símbolos ou ícones de trabalho das licitantes ou de conhecimento do mercado publicitário, sob pena de automática desclassificação da proponente.

5.3. O **Envelope B** deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, e terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

5.4. O **Envelope C** deverá conter a documentação relativa à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação. Os documentos deste envelope deverão ser numerados sequencialmente e rubricados em todas as páginas por representante da licitante.

5.5. O **Envelope D** deverá conter a **Proposta de Preços**, apresentada conforme disposto no Capítulo 8 deste Edital.

5.6. O **Envelope E** deverá conter os documentos de habilitação indicados no Capítulo 9 deste Edital. O Envelope E deverá ser entregue na Data da Sessão que venha a ser designada, apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, conforme fixa o art. 6º, inciso I da Lei nº 12.232, de 29/04/2010.

5.7. A inversão do conteúdo dos envelopes acarretará a desclassificação da proposta ou inabilitação da licitante.

5.8. As propostas deverão:

a) ser redigidas em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem cabeçalhos, emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax, quando existente, à exceção dos elementos contidos no

Envelope A;

b) ser apresentadas em papel que identifique a licitante, contendo o nome da proponente e a referência a esta licitação, à exceção dos elementos contidos no **Envelope A;**

c) ser entregues no local, dia e hora estabelecidos neste Edital;

d) ter as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da licitante, à exceção dos elementos contidos no **Envelope A;**

e) ter indicação de que o prazo de validade não será inferior a 60 (sessenta) dias contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

6 - PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica consistirá em:

a) **Plano de Comunicação Publicitária.** com suas respectivas peças publicitárias, elaborado consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica**, item **1.1.1;**

b) **Capacidade de Atendimento.** elaborada consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica**, item **1.1.2;**

c) **Repertório.** elaborado consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica**, item **1.1.3;**

d) **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.** elaborados consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica**, item **1.1.4.**

6.2. O conteúdo do **Envelope A** (Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada), deverá ser redigido de forma clara, sem cabeçalho, emendas ou rasuras, com páginas numeradas



sequencialmente, com exceção das páginas contendo as peças corporificadas que não devem estar numeradas sob pena de desclassificação, em papel branco fosco, formato A4, com gramatura máxima de 90g, que não identifique a licitante, e não deverá conter rubricas.

6.2.1. Para efeito de padronização do Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada, as licitantes deverão formatar o seu texto da seguinte forma:

- a) com espaçamento de 2,5 cm nas margens superior, inferior, direita e esquerda, a partir da borda;
- b) com espaçamento "1,5" entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- c) com texto em fonte "Arial", tamanho 12 pts;
- d) com texto justificado sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, em fonte "Arial", tamanho 12 pts;
- f) deverá ser entregue na ordem das páginas de forma crescente, sem encadernação, grampo, clipe, ou qualquer outro tipo de fixação;

Todos os itens acima encontram sua exceção nas peças corporificadas (Ideia Criativa) que além de não precisarem seguir as determinações dos demais textos da via não identificada, não devem, sob hipótese alguma e sob pena de desclassificação, ter suas páginas numeradas, nem serem encadernadas. A numeração das páginas seguintes à Ideia Criativa (Estratégia de Mídia e Não Mídia) deve dar sequência crescente à numeração anterior à apresentação das peças corporificadas.

**As peças corporificadas (Ideia Criativa) devem, obrigatoriamente, ser impressas em papel couchê fosco, tamanho A4, sob pena de desclassificação da Proposta Técnica.*

6.3. O **Envelope B** (Plano de Comunicação Publicitária, via identificada) deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, e terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

6.4. Os documentos contidos nos **Envelopes A, B, C, D e E**, não poderão ser encadernados ou grampeados, sob pena de desclassificação da Proposta Técnica.

6.5. O conteúdo textual do **Envelope C** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) deverá ser redigido de forma clara, sem cabeçalho, emendas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente, em papel branco fosco, formato A4, com gramatura máxima de 90g;

6.6. A critério do Consórcio do Vale do Jiquiriçá/BA, o Plano de Comunicação Publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzido e veiculado, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

6.7. O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação da licitante.

7 - PROPOSTA DE PREÇOS

7.1. A Proposta de Preços, constante do Envelope D, digitada e impressa em uma via, deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo V, em papel timbrado da empresa, datada e assinada pelo representante legal com identificação de seu subscritor;

7.2. O campo "nome do representante" poderá ser preenchido com a assinatura do "representante da agência", do "representante legal" (sócio ou proprietário da agência) ou ainda de uma terceira pessoa, desde que esteja elencada no contrato social desta agência e, em virtude disso, possua poderes para representá-la.



7.3. Devem estar inclusas nos preços ofertados todas as despesas diretas e indiretas, inclusive os tributos, taxas, custos com embalagens, encargos sociais, trabalhistas e previdenciários, frete, seguro, garantias e quaisquer outros custos e despesas que incidam sobre o fornecimento do objeto.

8 – HABILITAÇÃO

8.1. No Envelope E (Habilitação) deverão constar os documentos exigidos para habilitação, apresentados em 01 (uma) via, com todas as páginas rubricadas pelo representante legal e encabeçadas por índice, no qual constem as respectivas páginas nas quais se encontram, conforme listagem abaixo:

8.1.1. Quanto à HABILITAÇÃO JURÍDICA:

- a) No caso de empresário individual, inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis;
- b) Para as sociedades empresárias, empresas individuais de responsabilidade limitada - EIRELI ou sociedade empresária unipessoal: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;
- c) Em se tratando de sociedades comerciais, contrato social ou estatuto em vigor, devidamente registrado, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- d) Inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz, no caso de ser o participante sucursal, filial ou agência;
- e) Inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- f) Decreto de autorização, em se tratando de sociedade empresária estrangeira em funcionamento no País;

8.1.1.1. Os atos constitutivos das empresas licitantes deverão estar acompanhados dos demais documentos aditivos e modificativos do seu texto ou, preferencialmente, da respectiva consolidação.

8.1.2. Quanto à REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual/Municipal do domicílio ou sede do licitante;
- d) Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.
- e) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 12 de maio de 1943;

8.1.3. Quanto à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

- a) Prova de registro e regularidade da agência de propaganda perante Conselho Nacional de Normas Padrão - CENP;

b) Comprovação, através da apresentação de atestado de capacidade técnica, fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, onde conste que a licitante manteve ou mantém contrato, a contento, serviços pertinentes e compatíveis, em características, com o objeto desta licitação. É necessário a comprovação do serviço através de contrato junto a órgãos públicos, anexo com o comprovante de publicação no Diário Oficial do órgão; e se for de direito privado será necessário a comprovação por meio de contrato com o devido reconhecimento de firma no período que o mesmo foi assinado. Deverá ser explícito nos atestados a boa qualidade dos serviços prestados, bem como estar claramente assinalado o cargo/função daquele que assinou o atestado em favor da proponente.

c) Declaração da licitante de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação, conforme modelo constante do Anexo VI;

d) Declaração formal de que disporá, por ocasião da futura contratação, das instalações, aparelhamento e pessoal técnico considerados essenciais para a execução contratual, conforme modelo do **Anexo VI**, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

8.1.4. Quanto à QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Balanço patrimonial, dos 02 (dois) últimos exercícios sociais exigíveis, devidamente registrado na junta comercial, conforme estabelecido no artigo 1.078 do Código Civil, e demonstrações contábeis do último exercício social, que deverão trazer obrigatoriamente a assinatura do representante legal da empresa e do contador ou de outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

b) Em substituição ao balanço patrimonial e demonstrações contábeis, as empresas com menos de um ano de atividade poderão apresentar apenas Demonstrativos Receita/Despesa ou faturamento mês a mês, do último exercício.

c) Comprovação de Capital Social mínimo igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor da proposta que a licitante apresentará.

d) Certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica. Na hipótese em que a certidão encaminhada for positiva, deve o licitante apresentar certidão emitida pela instância judicial competente afirmando que a interessada está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório.

8.1.4.1. Demonstrativo da boa situação econômico-financeira da Licitante, consubstanciada nos seguintes índices, de que possui os índices financeiros solicitados a seguir:

a) Índice de Liquidez Corrente (ILC) $\leq 1,0$ (um inteiro), obtido pela aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{ILC} = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

Onde:

ILC = índice de liquidez corrente

AC = ativo circulante

PC = passivo circulante

b) Índice de Liquidez Geral (ILG) $\leq 1,0$ (um inteiro), obtido pela aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{ILG} = \frac{\text{AC} + \text{RLP}}{\text{PC} + \text{ELP}}$$



Onde:

ILG = índice de liquidez geral

AC = ativo circulante

PC = passivo circulante

RLP = realizável em longo prazo

ELP = exigível em longo prazo

c) Índice de Endividamento (IE) $\geq 1,0$ (um inteiro), obtido pela aplicação da seguinte fórmula:

$$IE = \frac{PC + ELP}{AT}$$

AT

Onde:

IE = índice de endividamento

PC = passivo circulante

ELP = exigível em longo prazo

AT = Ativo Total

8.1.4.1.1 a empresa que não conseguir comprovar a sua boa situação econômico-financeira, mediante os índices acima, deverá realizar a comprovação de Patrimônio Líquido no valor mínimo de 10% (dez por cento) do montante estimado para contratação, mediante apresentação de declaração firmada pelo contador da licitante, em papel timbrado da empresa e na qual conste o nome e o número de registro do profissional no Conselho Regional de Contabilidade, atestando que a informação foi extraída do balanço patrimonial do último exercício social já exigível;

8.1.4.2. As fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço, que deverá estar subscrito por profissional contábil e acompanhado da necessária Declaração de Regularidade Profissional, para o ato.

8.1.4.3. Os índices de que trata o item anterior serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a identificação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, constantes no documento de apresentação dos cálculos, obrigatoriamente, em papel timbrado da empresa. Os cálculos serão revisados por contador pertencente ao quadro da Prefeitura ou contratado para este serviço.

8.1.4.4. O balanço e demonstrações solicitados deverão ser representados por cópia reprográfica das páginas do Livro Diário onde se acham transcritos, acompanhadas de cópia reprográfica de seu Termo de Abertura, comprobatório de registro na Junta Comercial. Poderá também ser apresentada cópia reprográfica de publicação em jornal ou original, na forma da Lei. As cópias reprográficas deverão ser autenticadas. O balanço referente ao último exercício encerrado deve estar acompanhado da publicação em Diário Oficial deste quando se tratar de Sociedade Anônima.

8.1.4.5. Os valores financeiros acima referidos poderão ser atualizados para a data da licitação pelo índice oficial (Índice Geral de Preços do Mercado - JGP-M), devendo, neste caso ser apresentada a respectiva memória de cálculo.

8.1.4.6. Quando se tratar de empresa individual ou sociedade por cotas de responsabilidade limitada, o Consórcio do Vale do Jiquiriçá se reservará ao direito de exigir a apresentação do livro diário onde o balanço patrimonial foi transcrito, para efeito de extração dos parâmetros para o julgamento e verificação dos valores apresentados e calculados pelos licitantes.

8.1.5. Quanto ao cumprimento do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:



a) Declaração do cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal, através da apresentação de declaração que comprove a inexistência de menor no quadro da empresa;

8.2. Os documentos solicitados a título de habilitação deverão ser apresentados em original ou cópias autenticadas por tabelião ou por servidor do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá/BA.

8.2.1. As cópias dos documentos apresentados, que forem emitidos através da Internet, NÃO necessitarão estarem autenticadas, tendo em vista que todos eles condicionam a sua validade à verificação de autenticidade nos respectivos *sites*, ficando as licitantes advertidas que, no caso de apresentação de documentos falsificados, a Administração levará a situação ao conhecimento do Ministério Público, para que este órgão apure a responsabilidade do fato.

8.3. O Consórcio do Vale do Jiquiriçá, através do agente de contratação e equipe de apoio, se reserva ao direito de exigir, para conferência e diligência, antes da adjudicação, a exibição de originais de documentos que tenham sido apresentados por cópias, ainda que autenticadas por tabelião, ou por qualquer outra forma legal.

8.4. Caso a licitante possua filial, todos os documentos de habilitação deverão estar em nome da matriz ou da filial, salvo os documentos que, por sua natureza, sejam comprovadamente emitidos em nome da matriz.

8.5. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei n 2 12.232/2010.

9 - DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

9.1. Os **Envelopes A, B, C e D**, contendo as Propostas Técnicas e de Preços, deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitações na data, local e horário determinados no preâmbulo deste Edital.

9.2. Os **Envelopes A**, padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, somente serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitações se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

9.3. A Comissão Permanente de Licitações não lançará nenhum código, sinal ou marca nos **Envelopes A**, nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

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

9.4.1. A abertura do **Envelope A** (Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada) e do **Envelope C** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), durante a própria sessão pública, pela Comissão Permanente de Licitações;

9.4.2. Encaminhamento das Propostas Técnicas à Subcomissão Técnica para análise e julgamento;

9.4.3. Análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, desclassificando-se as Propostas Técnicas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste Edital, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º da Lei Federal nº 12.232/10;

9.4.4. Elaboração, por parte da Subcomissão Técnica, de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitações, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

9.4.5. Análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações contidas no **Envelope C**, desclassificando-se as Propostas Técnicas que desatenderem quaisquer das exigências legais ou neste Edital;

9.4.6. Elaboração, por parte da Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos quesitos mencionados no item 9.4.5 e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitações, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

9.4.7. Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos **Envelopes B** contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

9.4.8. Publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165 da lei 14.133/2021;

9.4.9. Devolução dos **Envelopes D** (Proposta de Preços), devidamente lacrados, às licitantes que tiveram as suas propostas técnicas desclassificadas;

9.4.10. Abertura dos **Envelopes D** (Proposta de Preços) das licitantes que tiveram as suas propostas classificadas, em sessão pública, aplicando-se as regras de julgamento estabelecidas nos **Itens XI (Julgamento das Propostas de Preços) e XII (Julgamento Final das Propostas)** deste Edital;

9.4.11. Publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165 da lei 14.133/2021;

9.4.12. Convocação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação do **Envelope E** (Habilitação), contendo a documentação de habilitação;

9.4.13. Recebimento e abertura dos **Envelopes E** (Habilitação) das licitantes classificadas no julgamento final das propostas, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste Edital;

9.4.14. Decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art.165 da lei 14.133/2021;

9.4.15. Reconhecida a habilitação das licitantes, na forma dos itens 9.4.12 a 9.4.14, será homologado o procedimento licitatório e adjudicado o objeto licitado.

.5. Quando todas as licitantes forem inabilitadas ou todas as propostas forem desclassificadas, a Administração poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas geradoras da inabilitação ou da desclassificação.

10 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 3 (três) membros com formação em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1 (um) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Consórcio do Vale do Jiquiriçá.



10.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas pelas empresas participantes da Concorrência Presencial destinada à contratação de empresa especializada na prestação de serviços de marketing e marketing digital ocorreu em sessão pública previamente publicada, realizada na sede do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá, no dia 22 de abril de 2026.

10.2.1 Os membros credenciados possuem formação acadêmica em Comunicação, Publicidade ou Marketing, bem como atuam ou já atuaram em uma dessas áreas, conforme comprovado por meio da documentação que será anexada aos autos do processo.

10.2.2. Da relação composta por 05 (cinco) profissionais previamente credenciados, foram sorteados 03 (três) nomes para composição da Subcomissão Técnica, observando-se que apenas 01 (um) dos membros possui vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá, em conformidade com a legislação aplicável.

10.3. A relação dos nomes referidos no item 10.2 foi devidamente publicada no diário oficial do Convale edição nº 1623 de 22/04/2026.

10.4. O sorteio foi realizado com a finalidade de garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Consórcio do Vale do Jiquiriçá.

10.5. Para o julgamento técnico das propostas, atendidas as condições editalícias, serão adotados pela Subcomissão Técnica os critérios estabelecidos no **Anexo III - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica**.

10.5.1. Caberá à Subcomissão Técnica:

a) Analisar, individualmente, e julgar propostas técnicas - vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação -, desclassificando aquelas que estejam em desacordo com a lei ou com o presente instrumento convocatório;

b) Elaborar planilhas com as pontuações atribuídas por cada membro da Subcomissão para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;

c) Elaborar ata de julgamento das propostas e encaminhá-la, com as planilhas e a justificativa escrita das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso, à Comissão de Licitações, juntamente com os envelopes e seus conteúdos;

d) Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, caso seja solicitado pela Comissão de Licitações.

10.6. A nota da Proposta Técnica corresponderá à média aritmética simples das notas de cada membro que compõe a Subcomissão Técnica, respeitando os critérios e limites constantes no **Anexo III - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica**.

11 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

11.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

a) Não atender às exigências deste edital e de seus anexos ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;



- b) Apresentar desconto sobre os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante, menor do que 30% (trinta por cento);
- c) Apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros;
- d) Apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), incidente sobre os custos de serviços de elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual realizados por terceiros;
- e) Apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz;
- f) Apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras;

11.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

11.4. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 11.3 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 Licitação realizará com ela diligência nos termos do art. 64 da lei 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

11.5. Serão desclassificadas as licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

11.6. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c', 'd', 'e' e 'f' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 11.2 deste Edital.

11.7. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 11.6, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

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

- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 11.2;
- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 11.2;
- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 11.2;
- o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 11.2.

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

12 - JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

12.1. O julgamento das propostas obedecerá ao critério de melhor técnica nos termos do artigo 5.2 da Lei Federal nº 12.232/ 10, e será processada em conformidade com o disposto no § 2. do artigo 36 da Lei 14.133/2021.



12.2. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem as condições estipuladas nos artigos 36 e 37 da Lei 14.133/21.

12.3. No caso de empate entre duas ou mais propostas, depois de obedecido ao disposto no artigo 60 da lei 14.133/21, será utilizado o sorteio, em ato público, com a convocação prévia de todas as licitantes.

12.4. A ausência de qualquer dos proponentes ao ato público não prejudicará e nem invalidará o sorteio.

12.5 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, § 1º do art. 61 da Lei nº 14.133/21, a Comissão 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.

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

12.7. Concluída a fase de classificação a Comissão fará a publicação do julgamento final das propostas, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada de forma decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto do inciso I do artigo 165 da Lei n.º 14.133/21.

12.8. Havendo desistência expressa de interposição de recurso por todos os licitantes, ou não tendo sido interposto recurso ou tendo sido julgados os recursos interpostos, cuja decisão será comunicada preferencialmente via e-mail, será marcada nova data, para a qual serão convocados todos os licitantes classificados no julgamento final das propostas para a sessão de entrega e abertura do envelope dos documentos de habilitação.

12.9. Do prosseguimento da sessão será lavrada ata circunstanciada que mencionará todos os licitantes e as demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, devendo a ata ser assinada pelos membros da Comissão e por todos os licitantes presentes.

13 - RECURSOS E IMPUGNAÇÕES

13.1. Dos atos da Administração resultantes da aplicação da Lei Federal nº 14.133/21, caberão recursos de acordo com o estabelecido no seu art. 165.

13.2. As impugnações ao Edital deverão ser apresentadas na forma do art. 164 da Lei Federal nº 14.133/21, mediante protocolo físico, durante seu horário de funcionamento (das 08h até 14h, de segunda a sexta), ou através de protocolo virtual perante o e-mail licitaconvaleba@gmail.com, desde que, neste caso, seja acusado o recebimento.

13.3. Caso a licitante queira impugnar, a qualquer tempo, evidentemente poderá, mas a Comissão considerará extemporânea a impugnação, impedindo que a mesma produza qualquer efeito durante o desenrolar da licitação.

13.4. Da classificação ou desclassificação de proposta, bem como da habilitação ou inabilitação, caberá recurso, interposto por escrito, dirigido ao Consórcio do Vale do Jiquiriçá, no prazo de 03 (três) dias úteis, contando da notificação dos interessados.(seguir o prazo recursal disposto na lei 14133/2021).

13.5. Terão efeitos suspensivos os recursos relativos ao ato de classificação de propostas, habilitação de licitantes e adjudicação.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo não serão aceitos, nem conhecidos.



14 – CONTRATO

14.1. A contratação se dará sob o regime de empreitada por preço unitário.

14.2. A licitante vencedora assinará o contrato, no prazo máximo de 05 (cinco) dias a contar da sua convocação.

14.3. A recusa da empresa vencedora em assinar o contrato, aceitá-lo ou retirá-lo dentro do prazo da proposta, ou ainda a inexecução parcial ou total, caracterizará o descumprimento das obrigações assumidas, ficando a mesma sujeita, a critério do CONVALE, à multa de 10% (dez por cento) do valor estimado do contrato.

14.4. Na ocorrência do estabelecido no item anterior, poderá o Consórcio convocar as licitantes remanescentes na ordem de classificação final, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições do primeiro classificado ou revogar a licitação.

14.5. Este Edital, seus Anexos, a proposta da Contratada e o parecer da Comissão de Licitações serão parte integrante do Contrato, independente de transcrição.

14.6. Após a assinatura do contrato, os serviços deverão ser iniciados pela Contratada a partir da data do recebimento da Ordem de serviço, expedida pelo CONVALE.

14.7. A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem no serviço/fornecimento, até 25% (vinte e cinco) do valor inicial atualizado do Contrato.

15 – FISCALIZAÇÃO

15.1. Para fins de fiscalização por parte do Consórcio do Vale do Jiquiriçá, a Contratada obriga-se a fornecer toda e qualquer informação que lhe seja solicitada sobre o objeto deste Contrato, bem como facilitar a fiscalização na execução dos serviços contratados.

15.2. O gestor e fiscais do contrato serão definidos em portaria a ser publicação no diário oficial do Convale após a assinatura do contrato, cabendo-lhes:

- a) Decidir pela aceitação ou não das soluções e dos serviços apresentados;
- b) Exigir o fiel cumprimento de todos os requisitos deste Contrato e da proposta apresentada, avaliando, também, a qualidade dos serviços apresentados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;
- c) Notificar a Contratada sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser detectadas na execução deste contrato.
- d) Aprovar formalmente, antes da execução, os serviços solicitados;
- e) Emitir o Termo de Aceite a cada fatura apresentada ou rejeitá-la quando da sua não-aceitação, com exposição de motivos;
- f) Solicitar a substituição de qualquer empregado ou prestador de serviços da Contratada que apresente comportamento incompatível na prestação dos serviços objeto do presente Contrato;
- g) Realizar, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela Contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

15.3. A avaliação trimestral será considerada pelo Consórcio do Vale do Jiquiriçá/BA para aquilatar a necessidade de solicitar à contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de prorrogar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato, bem como para fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.



15.4. A fiscalização do Consórcio do Vale do Jiquiriçá não diminui nem substitui a responsabilidade da contratada, decorrente de obrigações aqui assumidas.

16 - PAGAMENTOS E DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

16.1. Os serviços prestados serão pagos mensalmente, mediante relatório detalhado pela contratada dos serviços efetivamente prestados no período findo, devidamente conferidos e autorizados para pagamento pela Secretaria Executiva do Consórcio.

16.2. A Contratada se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia.

16.3. As faturas mensais deverão ser apresentadas até o 5º (quinto) dia útil seguinte ao período de execução e os pagamentos serão efetuados no prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados a partir da data de apresentação, mediante apresentação da Fatura e respectivas certidões vigentes.

16.4. As despesas decorrentes deste processo correrão por conta da seguinte programação financeira:

| | |
|----------------------------|---|
| Unidade | 01.01.01-Consórcio do Vale do Jiquiriçá |
| Atividade | 2001 – Gestão das Atividades do Consórcio |
| Elemento de Despesa | 33.90.39 - Outros Serviços de Pessoa Jurídica |
| Fonte de recurso | 500 |

16.4.1. A despesa para o exercício subsequente, quando for o caso, será alocada à dotação orçamentária prevista para atendimento da finalidade, a ser consignada pelo Consórcio mediante disposições da Lei Orçamentária Anual.

16.5. O Contratante descontará da fatura o valor correspondente às faltas ou atrasos na execução dos serviços ocorridos, com base no valor do preço vigente.

16.6. A concessão de reajustamento fica condicionada ao transcurso do prazo de 12 meses da data de apresentação da proposta, mediante a aplicação do Índice Geral de Preços do Mercado - IGP-M, da Fundação Getúlio Vargas, e será procedida independentemente da solicitação do interessado.

16.7 A revisão de preços dependerá de requerimento do interessado quando visar recompor o preço que se tornou *insuficiente*, instruído com a documentação que comprove o desequilíbrio econômico-financeiro do contrato, devendo ser instaurada pela própria administração quando colimar recompor o preço que se tornou *excessivo*.

17 – PENALIDADES

17.1. A licitante ou contratada, sujeitar-se-á, no caso de inadimplemento de suas obrigações, às seguintes sanções, graduadas conforme a gravidade da infração, sem prejuízo de sanções civis e criminais, se for o caso, de acordo com a Lei Federal n.º 14,133/21, após o prévio processo administrativo, garantida a ampla defesa e os contraditórios constitucionais:

17.1.1. Advertência no caso de infrações leves ou quando a licitante ou contratada não informar alterações em seus dados cadastrais.

17.1.2. Multas de:

a) 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato, em caso de descumprimento total da obrigação, inclusive no de recusa do adjudicatário em firmar o contrato, ou ainda na hipótese de negar-se a efetuar o reforço da caução, dentro de 10 (dez) dias contados da data de sua convocação;

b) 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do serviço não realizado;

c) 0,7% (sete décimos por cento) sobre o valor da parte do serviço não realizado, por cada dia subsequente ao trigésimo.

17.1.3. Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Administração pública por prazo não excedente a 2 (dois) anos, nas seguintes situações:

a) Recusar-se, injustificadamente, após ser considerado adjudicatário, em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração, exceto quando às licitantes convocadas nos termos do art.90 da Lei Federal n.º 14.133/21, que não aceitarem a contratação nas mesmas condições propostas pelo primeiro adjudicatário, inclusive quanto ao prazo e preço;

b) Cometer fraude fiscal.

c) Admitir, possibilitar ou dar causa a qualquer modificação ou vantagem, inclusive prorrogação contratual, durante a execução do contrato celebrado com o Poder Público, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação ou nos respectivos instrumentos contratuais;

d) Incorrer em inexecução de contrato;

e) Frustrar, injustificadamente, licitação instaurada pela Administração;

7.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes desta punição e até que seja promovida sua reabilitação perante a Administração Pública, nas seguintes situações:

a) Impedir, frustrar ou fraudar o procedimento licitatório, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, com o intuito de obter, para si ou para outrem, vantagem;

b) Devassar o sigilo de proposta apresentada em procedimento licitatório, ou proporcionar a terceiro o ensejo de devassá-lo;

c) Afastar licitante, por meio de violência, grave ameaça, fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;

d) Desistir de licitar, em razão de vantagem oferecida;

e) Apresentar declaração ou qualquer outro documento falso, visando ao cadastramento, à atualização cadastral ou à participação no procedimento licitatório;

f) Haver concorrido, comprovadamente, para a consumação de ilegalidade, obtendo ou se beneficiando, injustamente, das modificações ou prorrogações contratuais;

g) Ensejar a sua contratação pela Administração, no prazo de vigência da suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração ou da declaração de inidoneidade;

h) Fraudar, em prejuízo da Administração, o contrato celebrado, elevando arbitrariamente os preços ou tornando, injustificadamente, mais oneroso o contrato.

17.2. A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela administração ou, ainda, se for o caso, cobrada judicialmente.

17.3. As multas previstas neste item não têm caráter compensatório e o seu pagamento não eximirá a contratada da responsabilidade por perdas e danos decorrentes das infrações cometidas.

17.4. Para a aplicação das penalidades previstas serão levados em conta a natureza e a gravidade da falta, os prejuízos dela advindos para a Administração Pública e a reincidência na prática do ato.

18 - DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. A apresentação da proposta implica, por parte da licitante, na aquiescência irrestrita a todas as condições e deveres contidos neste Edital e adesão completa a todas as obrigações dele constantes, inclusive dos seus anexos.



18.2. As pastas contendo o Edital, especificações técnicas e demais anexos, bem como as demais informações poderão ser obtidas na Comissão de Licitação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá de mediante protocolo físico, durante seu horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 08h as 12hs e das 13:30 às 17 hs, ou através de protocolo virtual perante o e-mail licitaconvaleba@gmail.com, desde que, neste caso, seja acusado o recebimento.

18.3. Nenhuma indenização será devida às licitantes, pela aquisição dos elementos necessários à organização das propostas.

18.4. Não serão considerados os envelopes de Proposta Técnica, Proposta de Preços e Documentos de Habilitação entregues tempestivamente, porém em local diferente do determinado no preâmbulo deste Edital.

18.5. Caso as datas previstas para realização de eventos sejam declaradas feriado ou ponto facultativo, e não havendo retificação da convocação, aqueles eventos deverão ser realizados no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e hora anteriormente estabelecidos, independente de qualquer comunicação aos interessados.

18.6. É facultado à Comissão de Licitações ou ao Presidente, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

18.7. Para dirimir quaisquer dúvidas ou questões relacionadas com esta licitação será competente o Foro da Comarca de Maracás/Bahia.

18.8. Os casos omissos no presente Edital serão resolvidos pela Comissão de Licitações do Consórcio.

18.9 Quaisquer esclarecimentos adicionais referentes à presente licitação poderão ser obtidos junto à Comissão Permanente de Licitações, mediante protocolo físico, durante seu horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 08h as 12hs e das 13:30 às 17 hs, ou através de protocolo virtual perante o e-mail licitaconvaleba@gmail.com, desde que, neste caso, seja acusado o recebimento.

18.10. Integram o presente Edital os seguintes anexos:

Anexo I - Briefing;

Anexo II - Modelo de Credencial;

Anexo III - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica;

Anexo IV - Planilha de Simulação de Mídia e Não Mídia.

Anexo V - Planilha de Cotação

Anexo VI - Modelo de Declaração

Anexo VII - Modelo de Declaração quanto ao Trabalho do Menor;

Anexo VIII - Minuta do Contrato.

Maracás, 28 de maio de 2026.

Ednaldo da Silva Campos

Agente de Contratação

Portaria 04/2026



CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

ANEXO I – BRIEFING

1 – INFORMAÇÕES GERAIS

1.1 Síntese do Histórico

O Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá (CONVALE) surge a partir da necessidade de integração regional entre os municípios do Território de Identidade Vale do Jiquiriçá, na Bahia. A iniciativa foi motivada pelo entendimento de que desafios estruturais – especialmente nas áreas de infraestrutura, agricultura familiar, meio ambiente e desenvolvimento rural – exigiam soluções articuladas e cooperativas.

O CONVALE foi constituído formalmente em 2013, sob a forma de Consórcio Público, com personalidade jurídica de direito público, reunindo atualmente 20 municípios da região.

A criação do consórcio está alinhada à Lei Federal nº 11.107/2005 (Lei dos Consórcios Públicos), que regulamenta a cooperação federativa entre entes municipais para execução de políticas públicas de interesse comum.

A eficácia do modelo de Consórcio Público Intermunicipal se destaca pela construção de parcerias que visam melhorar os serviços oferecidos à população por meio de uma gestão associada. O consórcio público torna viável a ação pública em rede para a realização de atividades e projetos de interesse comum.

Ao longo dos anos, o consórcio consolidou e expandiu suas atividades, ampliando sua presença institucional e sua capacidade de articulação. O CONVALE passou a executar convênios com o Governo do Estado da Bahia e outros parceiros, oferecendo suporte técnico aos municípios, desenvolvendo projetos de infraestrutura rural, promovendo ações voltadas à segurança alimentar e incentivando iniciativas que fortalecem a economia regional. Esse processo contribuiu para o aprimoramento da gestão pública e para a implementação de políticas estruturantes com foco no desenvolvimento territorial integrado.

Atualmente, o CONVALE é reconhecido como um importante instrumento de governança regional no Vale do Jiquiriçá. Sua atuação contribui para maior eficiência na aplicação dos recursos públicos, geração de economia de escala, fortalecimento da identidade territorial e integração entre os municípios consorciados. Ao estimular o planejamento conjunto e a cooperação institucional, o consórcio reafirma seu papel estratégico na promoção do desenvolvimento sustentável e na melhoria da qualidade de vida da população do território.

Neste sentido, a nossa proposta é continuar crescendo para acompanhar o ritmo das necessidades locais, implementando a cada dia novas frentes de serviços com ações inovadoras, a exemplos: compras compartilhadas de medicamentos, regularização fundiária urbana, suporte na gestão de resíduos sólidos e ações para revitalização da Bacia Hidrográfica do Rio Jiquiriçá.

1.2 Diagnóstico de Comunicação Institucional

Apesar dos avanços institucionais e da consolidação do CONVALE como instrumento de governança territorial, observa-se a existência de desafios relacionados à comunicação institucional e à transparência ativa das ações desenvolvidas pelo consórcio.



Considerando que o CONVALE executa políticas públicas, convênios, projetos estruturantes e ações financiadas com recursos públicos, torna-se imprescindível garantir ampla divulgação dessas iniciativas, assegurando ao cidadão o direito constitucional à informação, conforme previsto no Art. 5º, inciso XXXIII da Constituição Federal e na Lei nº 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação).

1.2.1 Nesse contexto, identificam-se os seguintes problemas a serem enfrentados:

a) Baixa visibilidade institucional

As ações, projetos e resultados alcançados pelo consórcio nem sempre alcançam a população de forma clara, acessível e sistematizada, gerando desconhecimento sobre o papel e a importância do CONVALE na região.

b) Comunicação fragmentada e não estratégica

A ausência de planejamento estratégico de comunicação dificulta a padronização da identidade institucional, a organização das informações e a definição de canais adequados para atingir públicos diversos (cidadãos, produtores rurais, gestores, parceiros institucionais).

c) Limitações na transparência ativa

Embora existam mecanismos formais de transparência, há necessidade de fortalecer a divulgação proativa de informações, dados, resultados e impactos sociais das ações executadas, tornando-os mais acessíveis e compreensíveis à população.

d) Baixo engajamento da sociedade

A falta de estratégias de comunicação digital, campanhas educativas e presença institucional estruturada em meios digitais reduz o potencial de interação com a sociedade civil e dificulta a construção de uma imagem pública mais participativa e democrática.

e) Necessidade de profissionalização da comunicação pública

A crescente complexidade das políticas públicas e a ampliação das responsabilidades do consórcio exigem comunicação técnica, institucional e estratégica, conduzida por profissionais especializados, garantindo qualidade, clareza, regularidade e conformidade legal.

CAMPANHA INSTITUCIONAL – CONVALE

“CONVALE: Desenvolvimento que Une Municípios e Transforma Vidas”

1. Conceito Central da Campanha

A campanha deverá evidenciar o CONVALE como instrumento de cooperação intermunicipal que promove desenvolvimento sustentável, fortalece a agricultura familiar, executa políticas públicas e melhora a qualidade de vida da população do Vale do Jiquiriçá.

O foco central é:

Mostrar ao cidadão que o CONVALE existe, atua e gera resultados concretos no território.

A comunicação deve aproximar o consórcio da população, traduzindo ações técnicas em benefícios reais para as pessoas.

2. Objetivos da Campanha

As empresas licitantes deverão desenvolver proposta que contemple os seguintes objetivos:

- Ampliar o conhecimento da população sobre o que é o CONVALE;
- Dar visibilidade às ações e projetos executados;
- Fortalecer a identidade institucional do consórcio;



- Promover transparência ativa;
- Estimular o sentimento de pertencimento territorial;
- Consolidar a imagem do CONVALE como agente de desenvolvimento regional.

3. Público-Alvo

A campanha deverá considerar comunicação segmentada para:

- População geral dos municípios consorciados;
- Agricultores familiares;
- Produtores rurais;
- Lideranças comunitárias;
- Gestores públicos municipais;
- Parceiros institucionais;
- Juventude rural e urbana.

4. Eixos Temáticos da Comunicação

As propostas deverão contemplar conteúdos alinhados aos seguintes eixos:

- a) Desenvolvimento Sustentável
- b) Agricultura Familiar
- c) Cooperação entre Municípios
- d) Transparência e Gestão Pública
- e) Infraestrutura e Desenvolvimento Rural
- f) Valorização do produtor e da economia local

5. Diretrizes Criativas

A campanha deverá:

- Utilizar linguagem clara, acessível e educativa;
- Traduzir termos técnicos em benefícios práticos para o cidadão;
- Valorizar imagens e histórias reais da região;
- Reforçar identidade territorial do Vale do Jiquiriçá;
- Priorizar comunicação humanizada;
- Respeitar princípios da publicidade institucional (impessoalidade e interesse público).

6. Canais e Formatos Esperados

As empresas deverão apresentar plano integrado contemplando, no mínimo:

- Estratégia digital (Instagram, Facebook, site institucional);
- Produção de vídeos institucionais e depoimentos;
- Peças gráficas para redes sociais;
- Spots para rádio;
- Material impresso informativo;
- Cobertura institucional de eventos;
- Plano editorial mensal;
- Proposta de identidade visual padronizada.
- Planilha detalhada com os custos dos serviços executados.



7. Slogan (Sugestões Norteadoras)

As licitantes poderão propor conceito criativo próprio, mas seguem sugestões norteadoras:

- “CONVALE: União que Desenvolve”
- “Vale do Jiquiriçá Mais Forte”
- “Juntos Pelo Desenvolvimento Sustentável”
- “Integração que Gera Resultados”

8. Resultados Esperados

- Aumento do reconhecimento institucional do CONVALE;
- Maior engajamento nas redes sociais;
- Melhoria na percepção pública sobre o consórcio;
- Ampliação da transparência ativa;
- Fortalecimento da identidade regional.

Prazo de Execução da Campanha

campanha apresentada deverá contemplar planejamento estratégico, conceito criativo, peças ilustrativas e proposta de execução para o período de **30 (trinta) dias**, com o orçamento máximo estimado em **R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)**, considerando os objetivos institucionais previamente definidos neste Termo de Referência.

Ressalta-se que a campanha desenvolvida nesta fase possui caráter exclusivamente classificatório, servindo como critério de avaliação da capacidade técnica, criatividade, coerência estratégica e entendimento institucional por parte da licitante.



CONCORRÊNCIA Nº 01/2026
ANEXO II - MODELO DE CREDENCIAL

A empresa _____ CNPJ, _____, com sede à _____, neste ato representado pelo (s) (diretores ou sócios, com qualificação completa - nome, RG, CPF, nacionalidade, estado civil, profissão e endereço) pelo presente instrumento de mandato, nomeia e constitui, seu(s) Procurador (es) o Senhor)....., (nacionalidade, estado civil, profissão), portador do Registro de Identidade nº, expedido pela, devidamente inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda, sob o nº ----- residente à rua, nº como meu mandatário, a quem confiro amplos poderes para junto ao Consórcio do Vale do Jiquiriçá praticar todos os atos necessários, relativos ao procedimento licitatório na modalidade de Concorrência nº 01/2026, conferindo-lhe, ainda, poderes especiais para desistir de recursos, interpô-los, negociar preços e demais condições, confessar, desistir, firmar compromissos ou acordos, assinar contratos, receber e dar quitação e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente dando tudo como bom, firme e valioso.

Data e Local

ASSINATURA DO DIRETOR O]
U REPRESENTANTE LEGAL

Observações:

- 1) Emitir em papel que identifique a licitante.
- 2) Declaração a ser emitida pela licitante.
- 3) Apresentar junto com o comprovante dos poderes de representação do signatário.
- 4) Deverá ter firma reconhecida.



CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

ANEXO III - CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A Proposta Técnica será constituída de 4 (quatro) quesitos (Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), entregues nos envelopes denominados **Envelope A** (Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada), **Envelope B** (Plano de Comunicação Publicitária, via identificada) e **Envelope C** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação). Descrição dos quesitos:

1.1.1. Plano de Comunicação Publicitária - a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (**Anexo I** deste Edital), o qual compreenderá os seguintes quesitos:

1.1.1.1. Raciocínio Básico: texto em que a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Consórcio do Vale do Jiquiriçá, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

1.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Consórcio do Vale do Jiquiriçá;

1.1.1.3. Ideia Criativa: A licitante deverá apresentar campanha publicitária desenvolvida com base no Briefing, contendo a solução criativa proposta para o desafio de comunicação do CONVALE, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e/ou materiais que julgar necessários para a execução da estratégia de comunicação publicitária proposta, com comentários sobre cada peça e/ou material;
- b) os comentários deverão se limitar à especificação da peça ou material e à explicitação de sua função tática dentro da campanha;
- c) da relação apresentada, a licitante deverá escolher e apresentar, como exemplos, as peças e/ou materiais que julgar mais indicados para demonstrar objetivamente sua proposta de solução criativa;
- d) caso a campanha proposta contenha número de peças superior ao limite de 10 trabalhos apresentados fisicamente, a relação deverá ser dividida em dois blocos: peças apresentadas como exemplo e demais peças previstas para a campanha.

1.1.1.3.1. Os exemplos de peças publicitárias ficam limitados a 10, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, podendo ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) layout impresso de peças para redes sociais, internet, mídia exterior, materiais gráficos, anúncios, folders, cartazes, banners, outdoors, busdoor, front light, placas, painéis, cards, carrosséis e demais peças visuais;
- c) roteiro impresso para peças de áudio, vídeo, rádio, TV, carro de som, spots, jingles, vídeos institucionais, reels, vídeos para internet e similares;
- d) storyboard ou sequência visual impressa para peças audiovisuais, vídeos de internet, TV, cinema, redes sociais ou mídia digital;

e) boneca, layout montado ou representação impressa de materiais de não mídia, quando for o caso.

1.1.1.3.2. Para fins de apresentação física das peças, deverão ser observadas as seguintes regras:

- a) as peças deverão ser apresentadas em papel couchê fosco, tamanho A4, preferencialmente coloridas, preservando a legibilidade e a compreensão da proposta criativa;
- b) as peças não deverão conter numeração de página, rubrica, marca, assinatura, identificação da licitante ou qualquer elemento que permita identificar sua autoria;
- c) as peças poderão ser apresentadas em orientação retrato ou paisagem, conforme a natureza da peça; (questionar a Felipe se esse formato não choca com a questão de ser apresentado no formato couche);
- d) quando a peça tiver formato original diferente de A4, como outdoor, banner, busdoor, painel, placa, fachada, mídia exterior, post de rede social ou material similar, deverá ser apresentada em redução proporcional no tamanho A4, com indicação de suas dimensões originais;
- e) peças sequenciais que componham uma única mensagem, como carrossel, sequência de stories, campanha em painéis ou conjunto de anúncios integrados, poderão ser consideradas uma única peça, desde que fique demonstrada a unidade da mensagem;
- f) variações de formato, adaptação de layout ou desdobramento de uma mesma peça para outro meio poderão ser computadas como peças distintas, caso apresentem alteração relevante de linguagem, formato ou finalidade;
- g) kits ou conjuntos de materiais serão computados conforme o número de peças individualmente apresentadas;
- h) as peças deverão ser entregues separadas do caderno textual do Plano de Comunicação, sem encadernação, grampo, clipe ou qualquer outro tipo de fixação.

1.1.1.3.3 - Quanto à apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:

- a) o texto deverá ser apresentado em papel branco fosco, formato A4, com gramatura máxima de 90g;
- b) fonte Arial, tamanho 12, texto justificado, espaçamento 1,5 entre linhas e margens de 2,5 cm;
- c) gráficos, tabelas e planilhas poderão ser utilizados na Estratégia de Mídia e Não Mídia, podendo ser impressos em cores, desde que não contenham qualquer identificação da licitante;
- d) quando necessário para preservar a leitura de tabelas, gráficos ou planilhas, poderá ser utilizado papel A3 dobrado, desde que compatível com o envelope e sem comprometer o sigilo da proposta;
- e) os exemplos de peças da Ideia Criativa não serão computados no limite de páginas do texto do Plano de Comunicação.

1.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - deverá conter quadro resumo com a identificação das peças propostas, quantidades, formatos, meios de veiculação/distribuição, período, custos estimados de produção e custos estimados de veiculação, quando houver.

1.1.1.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre o período de veiculação, os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção das peças de mídia e de não mídia. Deverá ser utilizado o modelo de planilha apresentado no **Anexo IV**.

1.1.1.4.2. No caso de não mídia, no resumo geral, também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

1.1.1.4.3. Na simulação de que o item **1.1.1.4**, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos, vigente na data de publicação do presente edital.

1.1.1.4.4. Para fins deste edital, considera-se não mídia, as veiculações que não impactem em compra de mídia, através dos veículos de comunicação (recursos próprios).

1.1.2. Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas e quantidades mínimas conforme a seguir: 1 (um) profissional de estudo e planejamento, 2 (dois) profissionais de criação, 1 (um) profissional de produção de rádio e TV, 1 (um) profissional de mídia e 1 (um) profissional de atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação 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 CONVALE, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

1.1.3. Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de

trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

1.1.3.1. Deverão ser apresentadas 5 (cinco) peças sendo, obrigatoriamente, 1 (um) filme de 30 ou 60 segundos, veiculado em rede comercial de TV; 1 (um) Spot ou Jingle de 30 ou 60 segundos, veiculado em rádio comercial; 1 (um) layout de outdoor veiculado através de exibidora; 1 (um) banner de internet veiculado em site comercial; e 1 (um) card para veiculação em redes sociais.

1.1.3.2. Para cada peça deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs.

1.1.3.3. Os vídeos deverão ser entregues em pendrive; os *spots* e/ou *jingles*, em outro pendrive; os banners de Internet, em um terceiro pendrive; e os cards impressos graficamente, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

1.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo CONVALE.

1.1.3.5. As peças não podem ter sido veiculadas há mais de 12 meses.

1.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções de problemas de comunicação.

1.1.4.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo CONVALE.

1.1.4.2. É permitida a inclusão de até duas peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que os vídeos deverão ser fornecidos em DVD; os *spots* e/ou *jingles*, em CD; as peças de Internet, em CD; as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

1.2. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvado que os roteiros das peças de que trata o item **1.1.1.3** e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas **a** e **b** do item **1.1.1.3.1.** não serão computados nesse limite de páginas.



1.3 - A critério do Consórcio do Vale do Jiquiriçá, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

2 . JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

2.1. As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, pela Comissão Permanente de Licitações quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

2.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

2.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a)** das características do Consórcio e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b)** da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Consórcio com seus públicos;
- c)** do papel do Consórcio no atual contexto social, político e econômico;
- d)** do problema específico de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá.

2.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- e) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do CONVALE com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do CONVALE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONVALE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos Do Consórcio e a verba disponível.

2.2.1.3. Ideia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONVALE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades do CONVALE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;



i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

2.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- e) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do CONVALE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

2.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- e) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o Consórcio do Vale do Jiquiriçá e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade 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 CONVALE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

2.2.3. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza das peças;
- e) a qualidade da execução e do acabamento.

2.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

2.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem)** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.3.1. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária - **65 (sessenta e cinco)**, distribuídos da seguinte forma:

a1) Raciocínio Básico - 5 (cinco)

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária - 15 (quinze)



a3) Ideia Criativa - 30 (trinta)

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia - 15 (quinze)

b) Capacidade de Atendimento - **15 (quinze)**, distribuídos da seguinte forma:

b1) Experiência em publicidade - **8 (oito)**

b2) Recursos humanos e de infraestrutura - **4 (quatro)**

b3) Informações de marketing e comunicação - **3 (três)**

c) Repertório - **10 (dez)**, distribuídos da seguinte forma:

c1) Ideia criativa e sua pertinência - **5 (cinco)**;

c2) Clareza da campanha - **2 (dois)**

c3) Qualidade da execução e do acabamento - **3 (três)**

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 10 (dez), distribuídos da seguinte forma:

d1) Concatenação lógica da exposição - **2 (dois)**

d2) Evidência do planejamento publicitário - **3 (três)**

d3) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução - **3 (três)**

d4) Relevância dos resultados apresentados - **2 (dois)**

2.3.2. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

2.3.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

2.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos ora estabelecidos.

2.5. No caso do item 2.4, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.



CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

ANEXO IV - PLANILHA DE SIMULAÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

| PEÇA | DESCRIÇÃO DA PEÇA | PRODUÇÃO | | | VEICULAÇÃO | | | Custo total R\$ | %Do total geral |
|--------------------|-------------------|----------|-------|-----------------|------------|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | QUANT. | CUSTO | %Do total geral | período | Custo R\$ | %Do total geral | | |
| Peças de mídia | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| Peças de não mídia | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |



ANEXO V - MODELOS DE PLANILHAS INDIVIDUALIZADAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Nome do Jurado: _____

Pontuações:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - Via Não Identificada (Envelope A)

Valor máximo: 65 pontos

Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão (valor máximo: 5 pontos):

a) das características do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (1 ponto, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 0,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Consórcio do Vale do Jiquiriçá com seus públicos; (1 ponto, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 0,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

c) do papel do Consórcio do Vale do Jiquiriçá no atual contexto social, político e econômico; (1 ponto, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 0,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

d) do problema específico de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado).

BREVE COMENTÁRIO DO JURADO SOBRE SUAS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "RACIOCÍNIO BÁSICO":

Estratégia De Comunicação Publicitária (Valor Máximo: 15 Pontos)

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e a seu problema específico de comunicação (2,5 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos (2,5 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá com seus públicos (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Consórcio do Vale do Jiquiriçá e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e a verba disponível (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado).

BREVE COMENTÁRIO DO JURADO SOBRE SUAS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA":

Ideia Criativa (valor máximo: 30 pontos)

a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (4 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 2 pontos, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

f) sua pertinência às atividades do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e à sua inserção na sociedade (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados (4 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 2 pontos, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

h) a exequibilidade das peças (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos (4 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 2 pontos, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado).

BREVE COMENTÁRIO DO JURADO SOBRE SUAS PONTUAÇÕES DADAS NO ITEM "IDEIA CRIATIVA":

Estratégia de Mídia e Não Mídia (valor máximo: 15 pontos)

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

t) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado).

BREVE COMENTÁRIO DO JURADO SOBRE SUAS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA":

Nome do Jurado: _____

Pontuações:

INFORMAÇÕES DO PROPONENTE (Envelope C)

Capacidade de Atendimento (valor máximo: 15 pontos)

a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias (8 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 4 pontos, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros (1 ponto, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 0,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário (1 ponto, se o jurado achar que atingiu completamente o



item julgado; 0,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

d) a operacionalidade do relacionamento entre o Consórcio do Vale do Jiquiriçá e a licitante, esquematizado na Proposta (1 ponto, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 0,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado)

e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta (1 ponto, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 0,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

f) a relevância e a utilidade 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 Consórcio do Vale do Jiquiriçá, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado).

BREVE COMENTÁRIO DO JURADO SOBRE SUAS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "CAPACIDADE DE ATENDIMENTO":

Repertório (valor máximo: 10 pontos)

a) a ideia criativa e sua pertinência (5 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 2,5 pontos, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

b) a clareza das peças (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);



c) a qualidade da execução e do acabamento (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado).

BREVE COMENTÁRIO DO JURADO SOBRE SUAS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "REPERTÓRIO":

Relatos de soluções de problemas de comunicação (valor máximo: 10 pontos)

a) a concatenação lógica da exposição (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

b) a evidência de planejamento publicitário (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (3 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1,5 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado);

d) a relevância dos resultados apresentados (2 pontos, se o jurado achar que atingiu completamente o item julgado; 1 ponto, se o jurado achar que atingiu parcialmente o item julgado; 0,0 ponto, se o Jurado achar que não atingiu em nada o item julgado).

BREVE COMENTÁRIO DO JURADO SOBRE SUAS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO":



CONCORRÊNCIA Nº 01 /2026

ANEXO VI - MODELOS DE PLANILHAS GERAIS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Nome dos Jurados

Jurado 1: _____

Jurado 2: _____

Jurado 3: _____

Pontuações:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - Via Não Identificada (Envelope A)

Valor máximo: 65 pontos

Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão (valor máximo: 5 pontos):

a) das características do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3 :

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Consórcio do Vale do Jiquiriçá com seus públicos;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

c) do papel do Consórcio do Vale do Jiquiriçá no atual contexto social, político e econômico;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3 :

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

d) do problema específico de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

SOMAM-SE AS MÉDIAS DOS ITENS a), b), c), d) e divide-se por 4 obtendo assim a média geral da subcomissão técnica no item Raciocínio Básico.

BREVE COMENTÁRIO DA SUBCOMISSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "RACIOCÍNIO BÁSICO":

Estratégia de Comunicação Publicitária (valor máximo: 15 pontos)

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e a seu problema específico de comunicação;



Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá com seus públicos;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá ;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Consórcio do Vale do Jiquiriçá e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da do Consórcio e a verba disponível.

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3 :

Média (soma as 3 notas e divide por 3)

SOMAM-SE AS MÉDIAS DOS ITENS a), b), c), d), e), f), g) e divide-se por 7 obtendo assim a média geral da subcomissão técnica no ítem Estratégia de Comunicação.

MÉDIA GERAL DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: _____ PONTOS



BREVE COMENTÁRIO DA SUBCOMISSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO":

Ideia Criativa (valor máximo: 30 pontos)

a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Consórcio do Vale do Jiquiriçá;

Nota Jurado 1 :

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3 :

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

t) sua pertinência às atividades do Consórcio do Vale do Jiquiriçá e à sua inserção na sociedade;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

h) a exequibilidade das peças;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

SOMAM-SE AS MÉDIAS DOS ITENS a), b), c), d), e), t), g), h), i) e divide-se por 9 obtendo assim a média geral da subcomissão técnica no item Ideia Criativa.

MÉDIA GERAL DA IDEIA CRIATIVA: _____ pontos

BREVE COMENTÁRIO DA SUBCOMISSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "IDEIA CRIATIVA":

Estratégia de Mídia e Não Mídia (valor máximo: 15 pontos)

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do CONVALE;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):



e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

SOMAM-SE AS MÉDIAS DOS ITENS a), b), c), d), e), f) e divide-se por 6 obtendo assim a média geral da subcomissão técnica no item Estratégia de Mídia e Não Mídia.

MÉDIA GERAL DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: _____ pontos

BREVE COMENTÁRIO DA SUBCOMISSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA":

Pontuações:

INFORMAÇÕES DO PROPONENTE (Envelope C)

Capacidade de Atendimento (valor máximo: 15 pontos)

a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

d) a operacionalidade do relacionamento entre o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá e a licitante, esquematizado na Proposta;

Nota Jurado 1:



Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

f) a relevância e a utilidade 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 Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2 :

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

SOMAM-SE AS MÉDIAS DOS ITENS a), b), c), d), e), f) e divide-se por 6 obtendo assim a média geral da subcomissão técnica no item Capacidade de Atendimento.

MÉDIA GERAL DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: _____ pontos

BREVE COMENTÁRIO DA SUBCOMISSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "CAPACIDADE DE ATENDIMENTO":

Repertório (valor máximo: 10 pontos)

a) a ideia criativa e sua pertinência;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

b) a clareza das peças;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

c) a qualidade da execução e do acabamento.

Nota Jurado 1 :

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

SOMAM-SE AS MÉDIAS DOS ITENS a), b), c) e divide-se por 3 obtendo assim a média geral da subcomissão técnica no item Repertório.

MÉDIA GERAL DO REPERTÓRIO: _____ pontos



BREVE COMENTÁRIO DA SUBCOMISSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "REPERTÓRIO":

Relatos de soluções de problemas de comunicação (valor máximo: 10 pontos)

a) a concatenação lógica da exposição;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

b) a evidência de planejamento publicitário;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

d) a relevância dos resultados apresentados.

Nota Jurado 1:

Nota Jurado 2:

Nota Jurado 3:

Média (soma as 3 notas e divide por 3):

SOMAM-SE AS MÉDIAS DOS ITENS a), b), c), d) e divide-se por 4 obtendo assim a média geral da subcomissão técnica no item Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

MÉDIA GERAL DE RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: _____ pontos

BREVE COMENTÁRIO DA SUBCOMISSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PONTUAÇÕES DADAS NO ÍTEM "RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO":



CONCORRENCIA 01/2026

ANEXO VII - PLANILHA DE COTAÇÃO

_____ Empresa, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, DECLARA que, na vigência do contrato, celebrado com base na Concorrência nº 01/2026, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) desconto a ser concedido o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável do Vale do Jiquiriçá, sobre os custos _____ internos, baseado _____ na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia: _____% (_____ POR CENTO);

b) honorários, a serem cobrados do Consórcio do Vale do Jiquiriçá, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: _____% (_____ POR CENTO);

c) honorários, a serem cobrados do Consórcio do Vale do Jiquiriçá, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual: _____% (_____ POR CENTO);

d) honorários, a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz: : _____% (_____ POR CENTO);

e) honorários, a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras: _____% (_____ POR CENTO);

local e data

assinatura do representante legal
emitir em papel timbrado



CONCORRENCIA 01/2026
ANEXO VIII - MODELO DE DECLARAÇÃO

_____ Empresa, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, em atenção ao **Edital de Concorrência nº 01/2026, DECLARA** que:

1. Concor da com suas disposições e de seus Anexos;
2. Compromete-se a garantir o prazo de validade dos preços e condições constantes da presente proposta por 60 (sessenta) dias a partir da data da apresentação da proposta;
3. Tem os equipamentos e/ou materiais e/ou pessoal disponíveis, em perfeitas condições para iniciar os serviços objeto desta licitação, de acordo com a(s) disponibilidade(s) discriminada(s) no ato convocatório e seus Anexos.
4. Nesta data, os membros da equipe técnica que se responsabilizarão pelos trabalhos indicados na proposta são os seguintes: [especificar e qualificar cada um dos técnicos]
5. Tem 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 desta empresa vir a ser a vencedora da presente Licitação, o(s) representante(s) legal(is) para a assinatura do contrato será(ão):

LOCAL E DATA

[RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA)

Representante legal: [nome completo]

CPF: [número]

PAPEL TIMBRADO – DOC. EMITIDO PELA LICITANTE



CONCORRENCIA 01/2026

ANEXO IX - MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR

_____ Empresa, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei Federal nº 14.133, de 01 de abril de 2021, em cumprimento do art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz () .

[RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA)

Representante legal: [nome completo]

CPF: [número]

PAPEL TIMBRADO – DOC. EMITIDO PELA LICITANTE



CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

ANEXO X - MINUTA DO CONTRATO

O CONSÓRCIO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO VALE DO JIQUIRIÇÁ - CONVALE, pessoa jurídica de direito público, com endereço à Rua Cel. José de Moura Medrado, S/N Jiquiriçá, Maracás – Ba, nesta cidade, inscrita no CNPJ 18.163.789/0001-67, **representado pelo seu Presidente Sr. Nelson Luiz dos Anjos Portela**, brasileiro, casado, portador do CPF nº 345.955.895-49 e RG 318015013, expedido pela SSP/BA doravante denominada CONTRATANTE, e do outro lado a empresa _____, Pessoa jurídica de direito privado, inscrito no CNPJ nº _____, sediada no(a) _____, neste ato representada pela seu Sócio Sr. XXXX, inscrito no CPF sob nº XXXXX, doravante designada CONTRATADA, com base no Edital da Concorrência nº 01/2026, Processo Administrativo nº __/2026 e disposições da Lei Federal nº 14.133/21 e alterações posteriores, e Lei Federal nº 12.232/10, resolvem celebrar o presente Contrato de Prestação de Serviços Especializados de Publicidade, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

Constitui objeto do presente contrato a contratação de serviços de publicidade, de caráter educativo, informativo e de orientação social para o Consórcio do Vale do Jiquiriçá, demandados pelo CONTRATANTE, compreendidos:

1 - Estudo, criação/concepção, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias;

II - Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

III - Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

IV - Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

§ 1º. Incluem-se no objeto contratado, ainda, serviços passíveis de subcontratação, referentes a:

I - Serviços de divulgação por intermédio de veículos de comunicação, tais como emissoras de televisão e rádio, jornais, revistas e carros de som para publicidade, exibidoras de outdoor, mobiliário urbano, dentre outros;

II - Serviços de publicidade especializados, entendidos como atividades complementares nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, pertinentes a:

a) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

b) Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;



c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

§ 2º. Para fins deste contrato, as ações de publicidade abrangem a publicidade institucional, a publicidade mercadológica e a publicidade de utilidade pública, excluídas as ações de promoção e de patrocínio.

§ 3º. O objeto do presente contrato engloba todos os serviços constantes no APENSO ÚNICO ao presente instrumento

CLÁUSULA SEGUNDA - DOS PRAZOS

O prazo para execução dos serviços objeto do presente contrato é 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por períodos sucessivos até o limite máximo de 60 (sessenta) meses de acordo com a Lei Federal nº 14.133/21 e alterações posteriores, firmando-se para tantos aditivos ao pacto original.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO REGIME DE EMPREITADA

O objeto do presente Contrato será executado sob regime de empreitada por preço unitário, em obediência ao cronograma dos serviços fixado pelo CONTRATANTE.

Parágrafo único. Os serviços serão pagos mensalmente com base nas quantidades efetivamente executadas e liberadas previamente pelo CONTRATANTE, através da medição de serviços executados.

CLÁUSULA QUARTA - DO VALOR DO CONTRATO E DA FONTE DE RECURSOS

O valor global estimado do presente Contrato é de **R\$ xxx.xxx,xx** (_____), a ser pago de acordo com as Cláusulas Quinta e Sexta do presente contrato.

§ 1º. A estimativa de R\$ xxx (_____) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o Consórcio do Vale do Jiquiriçá obrigado a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

§ 2º. Os recursos para pagamento das obrigações resultantes do presente contrato correrão à conta da seguinte programação:

| | |
|----------------------------|---|
| Unidade | 01.01.01-Consórcio do Vale do Jiquiriçá |
| Atividade | 2001 – Gestão das Atividades do Consórcio |
| Elemento de Despesa | 33.90.39 - Serviços de Pessoa Jurídica |
| Fonte de recurso | 500 |

§ 3º. A despesa para o exercício subsequente, quando for o caso, será alocada à dotação orçamentária prevista para atendimento da finalidade, a ser consignada ao Orçamento Anual do CONVALE.

§ 4º. Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

CLÁUSULA QUINTA - DA FORMA DE REMUNERAÇÃO

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:
I - honorários de_% (_por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, de



que trata a Cláusula Sexta, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA

II - Honorários de _ % (_ por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

III - % (_ por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA. Os layouts reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

§ 1º. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE.

§ 2º. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e de voz, será de _% (_ por cento).

§ 3º. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de _% (_ por cento).

§ 4º. O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGPI-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

§ 5º. As despesas decorrentes de deslocamentos de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

§ 6º. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

§ 7º. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da alteração ou da prorrogação deste contrato.

§ 8º. Fica assegurado o restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, na ocorrência de fato superveniente que implique a inviabilidade de sua execução.



CLÁUSULA SEXTA - DO DESCONTO DE AGÊNCIA E DOS PAGAMENTOS

Além da remuneração prevista na Cláusula anterior, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência - à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois - a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei Federal nº 4680/65, aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690/66 e alterado pelo Decreto nº 2.262/97.

§ 1º As partes contratantes renegociarão, no interesse do CONTRATANTE, esse percentual de repasse, nos casos de alteração ou de prorrogação deste contrato.

§ 2º Os pagamentos serão efetuados diretamente em conta bancária indicada pela empresa vencedora, até a data do vencimento do compromisso, após a emissão do Termo de Aceite emitido pela fiscalização do CONTRATANTE, mediante apresentação da Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, da seguinte forma:

I - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês da veiculação;

II - Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/10;

III - Outros Serviços de Terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o CONTRATANTE, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/10.

§ 3º Os documentos de controle (Notas Fiscais/ Fatura) deverão ser apresentados juntamente com a cópia autenticada da guia de recolhimento quitada das contribuições previdenciárias e do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, correspondente ao mês da última competência vencida.

§ 4º Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados pela CONTRATADA, nos prazos e condições previamente aprovados pelo CONTRATANTE e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

§ 5º A CONTRATADA deverá apresentar ao CONTRATANTE cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até dez dias após sua realização.

§ 6º Serão suspensos os pagamentos se:

I - No ato da atestação os serviços não estiverem sendo prestados de acordo com o proposto, aceito e contratado;

II - as notas fiscais/faturas contiverem incorreções. Neste caso elas serão devolvidas acompanhadas dos motivos de sua rejeição, contando-se, então, o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de reajuste;

III - se não cumprida a exigência contida no § 4º da presente Cláusula.

§ 7º Os encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade, bem como quaisquer despesas decorrentes de transações bancárias relativas aos pagamentos elencados nesta Cláusula.



§ 8º O CONTRATANTE poderá deduzir do montante a pagar, as indenizações devidas pela CONTRATADA em razão de inadimplência nos termos do presente contrato, ou, ainda, efetuar judicialmente as cobranças pertinentes.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

- I** - Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- II** - Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE;
- III** - Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE Maracás/Bahia;
- IV** - Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;
- V** - Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;
- VI** - Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes da Cláusula Quinta, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE;
- VII** - Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução; se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/10;
- VIII** - Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;
- IX** - Submeter a subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE. Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE;
- X** - Após a aprovação do serviço pelo CONTRATANTE, produzir uma cópia *em DVD* de cada filme para TV, uma cópia em CD de *spots e jingles* de rádio e dois exemplares de revistas, jornais e demais peças impressas, bem como um CD ou DVD com todas as peças produzidas digitalizadas;
- XI** - Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo CONTRATANTE. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no inciso X desta Cláusula;
- XII** - Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio;
- XIII** - Registrar em Relatórios de Atendimento as reuniões entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
- XIV** - Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços



realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada;

XV - Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização;

XVI - Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;

XVII - Submeter previamente ao CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira;

XVIII - Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste;

XIX - 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;

XX - Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;

XXI - Assumir os impostos 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;

XXII - 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;

XXIII - Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

XXIV - Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio CONTRATANTE;

XXV - 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 do CONTRATANTE;

XXVI - Responder perante o CONTRATANTE e terceiros 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;

XXVII - 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 o CONTRATANTE;

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

XXIX - Responder por qualquer ação 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.

CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

São obrigações do CONTRATANTE:

I - Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte e quatro horas úteis;

II - Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;



III - Notificar, formal e tempestivamente a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

IV - Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

V - Designar preposto para acompanhar e fiscalizar a execução do presente Contrato;

VI - Pagar corretamente as faturas aprovadas, nas datas previstas, conforme contratado;

VII - Suspender o pagamento da CONTRATADA quando identificado atraso superior a 10 (dez) dias no pagamento/repasso a terceiros, de valores desembolsados pelo CONTRATANTE. O CONTRATANTE notificará a CONTRATADA, por escrito, quando desta suspensão de pagamentos.

CLÁUSULA NONA - DA FISCALIZAÇÃO

Para fins de fiscalização por parte do CONTRATANTE, a CONTRATADA obriga-se a fornecer toda e qualquer informação que lhe seja solicitada sobre o objeto deste Contrato, bem como facilitar a fiscalização na execução dos serviços contratados.

§ 1º O presidente Institucional do Consórcio indicará através de portaria a pessoa expressamente indicada que exercerá a fiscalização sobre os serviços objeto deste Contrato, cabendo-lhe:

I - Decidir pela aceitação ou não das soluções e dos serviços apresentados;

II - Exigir o fiel cumprimento de todos os requisitos deste Contrato e da proposta apresentada, avaliando, também, a qualidade dos serviços apresentados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;

III - Notificar a Contratada sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser detectadas na execução deste contrato.

IV - Aprovar formalmente, antes da execução, os serviços solicitados;

V - Emitir o Termo de Aceite a cada fatura apresentada ou rejeitá-la quando da sua não-aceitação, com exposição de motivos;

VI - Solicitar a substituição de qualquer empregado da Contratada que apresente comportamento incompatível na prestação dos serviços objeto do presente Contrato;

VII - realizar, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela Contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

§ 2º A avaliação trimestral será considerada pelo CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de prorrogar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

§ 3º. A fiscalização do CONTRATANTE não diminui nem substitui a responsabilidade da CONTRATADA, decorrente de obrigações aqui assumidas.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS PENALIDADES

A CONTRATADA, sujeitar-se-á, no caso de inadimplemento de suas obrigações, às seguintes sanções, graduadas conforme a gravidade da infração, sem prejuízo de sanções civis e criminais, se for o caso, de acordo com a Lei Federal n.º 14.133/21, após o prévio processo administrativo, garantida a ampla defesa e os contraditórios constitucionais.

I- Advertência, no caso de infrações leves ou quando a contratada não informar alterações em seus dados cadastrais.

II- Multas de:

a) 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do serviço não realizado;



b) 0,7% (sete décimos por cento) sobre o valor da parte do serviço não realizado, por cada dia subsequente ao trigésimo.

III- suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Administração Municipal por prazo não excedente a 2 (dois) anos, nas seguintes situações:

- a) Cometer fraude fiscal.
- b) Admitir, possibilitar ou dar causa a qualquer modificação ou vantagem, inclusive prorrogação contratual, durante a execução do contrato celebrado com o Poder Público, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação ou nos respectivos instrumentos contratuais;
- c) Incorrer em inexecução de contrato;
- d) Frustrar, injustificadamente, licitação instaurada pela Administração;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes desta punição e até que seja promovida sua reabilitação perante a Administração Pública Municipal, nas seguintes situações:

- a) haver concorrido, comprovadamente, para a consumação de ilegalidade, obtendo vantagem indevida ou se beneficiando, injustamente, das modificações ou prorrogações contratuais;
- b) ensejar a sua contratação pela Administração, no prazo de vigência da suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração ou da declaração de inidoneidade;
- c) fraudar, em prejuízo da Administração, o contrato celebrado, elevando arbitrariamente os preços ou tornando, injustificadamente, mais oneroso o contrato.

§ 1º. A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela administração ou, ainda, se for o caso, cobrada judicialmente.

§ 2º As multas previstas neste item não têm caráter compensatório e o seu pagamento não eximirá a contratada da responsabilidade por perdas e danos decorrentes das infrações cometidas.

§ 3º Para a aplicação das penalidades previstas nesta Cláusula, serão levados em conta a natureza e a gravidade da falta, os prejuízos dela advindos para a Administração Pública e a reincidência na prática do ato.

CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS

Os tributos, impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais, que sejam devidos em decorrência, direta ou indireta, do presente Contrato, serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA.

§ 1º O CONTRATANTE, quando fonte retentora, descontará, nos prazos da lei, dos pagamentos que efetuar, os tributos a que estiver obrigada a CONTRATADA, pela legislação vigente.

§ 2º Se, durante o prazo de vigência deste Contrato, forem criados tributos novos, ou ocorrerem modificações nas alíquotas atuais, de forma a, comprovadamente, majorar ou diminuir o ônus dos contratantes, serão revistos os respectivos valores, a fim de adequá-los a essas modificações, compensando-se, na primeira oportunidade, quaisquer diferenças resultantes dessas alterações.

CLAUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS DIREITOS AUTORAIS

A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

§ 1º O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Quinta e Sexta deste contrato.



§ 2º. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

§ 3º A critério do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

§ 4º Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções:

I - Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço pelo período indicado pelo CONTRATANTE e utilizará os trabalhos de arte e outros - protegidos pelos direitos autorais e conexos - dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

II - Quando o CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

b) estabeleçam que este CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

§ 5º Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão - definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

§ 6º. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos 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.

§ 7º A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - Que ao CONTRATANTE serão entregues duas cópias, uma em Betacam e outra em DVD, de todo o material bruto produzido;

II - Cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao CONTRATANTE que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

III- que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.



§ 8º. O CONTRATANTE será o único e exclusivo proprietário dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

§ 9º. É garantido ao CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA, ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.

§ 10. Fica garantida ao CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

§ 11. A seu critério, o CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes aos Consórcios. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESCISÃO

Reconhecidos os direitos previstos nos art. 137 a 139 da Lei Federal nº 14.133/21, o CONTRATANTE poderá rescindir, unilateralmente, este Contrato, independente de interpelação judicial ou extrajudicial, sempre que ocorrer:

- I - O não cumprimento ou o cumprimento irregular, pela CONTRATADA, de suas obrigações e das demais cláusulas contratuais;
- II - A inobservância, por parte da CONTRATADA, das especificações do CONTRATANTE;
- III - A subcontratação, cessão, transferência do objeto contratual ou associação da CONTRATADA com terceiros, sem prévia aprovação escrita do CONTRATANTE;
- IV - Imperícia, negligência ou imprudência por parte da CONTRATADA, na execução das especificações contratuais;
- V - O desatendimento às determinações da fiscalização do CONTRATANTE;
- VI - O cometimento reiterado de falhas, na execução deste instrumento, pela CONTRATADA, anotadas em registro próprio pelo representante do CONTRATANTE;
- VII - A decretação de falência, insolência ou concordata da CONTRATADA durante a execução contratual;
- VIII - A dissolução da CONTRATADA;
- IX - A alteração social ou a modificação, da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA que, a juízo do CONTRATANTE, prejudique a execução deste Contrato.

§ 1º A rescisão contratual poderá ser:

- I - Administrativa, por ato unilateral do CONTRATANTE nos casos acima previstos;
- II - Judicial, nos termos da legislação em vigor;
- III - Amigável, por acordo entre as partes.

§ 2º Na hipótese de ocorrência da rescisão, aplica-se, conforme o caso, as disposições dos arts. 137, 138 ou 139 Lei Federal nº 14.133/21

§ 3º. Em qualquer caso de rescisão, o CONTRATANTE poderá dar continuidade ao objeto contratual por execução direta ou indireta.



§ 4º O CONTRATANTE após notificar a CONTRATADA da rescisão contratual, tomará posse imediata das parcelas efetivamente já executadas, decorrentes deste Contrato, bem como de todos os materiais existentes, devendo porém, no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contados a partir da notificação, apresentar um relatório completo e avaliação detalhada, historiando as razões da rescisão.

§ 5º A avaliação, acima citada, deverá ser feita por uma Comissão a ser designada pelo CONTRATANTE, composta de 3 (três) membros, sendo um escolhido entre as pessoas do CONTRATANTE, outro da CONTRATADA, e o terceiro, que a presidirá, entre pessoas alheias.

§ 6º A Comissão terá um prazo de 20 (vinte) dias, a partir de sua constituição, para apresentação de seu relatório conclusivo, o qual servirá para o acerto de contas entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA.

§ 7º Rescindido o Contrato, a CONTRATADA terá um prazo de 10 (dez) dias, a contar do acerto de contas, para desmobilizar o canteiro e deixá-lo inteiramente livre e desimpedido.

§ 8º Em qualquer caso de rescisão contratual, serão asseguradas à CONTRATADA os direitos de defesa e de recursos previstos no art. 137 da Lei 14.133/21.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - CONDIÇÕES GERAIS

O presente Contrato ou os direitos e vantagens de qualquer natureza, nele previstos, dele derivados ou a ele vinculados, não poderão, sob nenhum fundamento ou pretexto, ser negociados, dados em garantia ou caucionados, sem prévia autorização escrita do CONTRATANTE.

§ 1º O CONTRATANTE reserva-se o direito de suspender temporariamente a execução deste Contrato, quando necessário à conveniência dos serviços, respeitados os limites legais e os direitos assegurados à contratada.

§ 2º Integram o presente Contrato, como se dele fizessem parte, o Edital e seus Anexos e as Propostas Técnica e de Preços da CONTRATADA.

CLAUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS COMUNICAÇÕES

As comunicações recíprocas somente serão consideradas quando efetuadas por escrito, através de correspondência, ou documento de transmissão mencionando-se o número e o assunto relativos a este Contrato, devendo ser protocoladas, datadas e endereçadas conforme o destinatário

CLAUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO

Para todas as questões oriundas do presente contrato, será competente o foro da Comarca de Maracás/BA, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem justas e contratadas, assinam o presente Contrato, em 03 (três) vias de igual teor e único efeito, na presença das testemunhas abaixo.

Maracás, _____, de _____, de 2026.

CDS DO VALE DO JIQUIRIÇÁ
NELSON PORTELA
Contratante

CONTRATADO

Testemunhas:

Nome
CPF

Nome
CPF

PARECER JURÍDICO

Diante do exposto, esta Assessoria Jurídica opina favoravelmente à formalização do presente instrumento, por verificar o atendimento a todas as formalidades legais exigidas pela Lei nº 14.133/2021, bem como a conformidade do procedimento com as disposições normativas aplicáveis. Assim, manifesta-se pela regularidade da contratação e pela viabilidade jurídica da concretização da avença, competindo à autoridade superior adotar as providências cabíveis para o prosseguimento do feito.

Maracás - Bahia, __ de _____ de 2026

Alexandro Gomes Silva
OAB: 61.217
Assessor Jurídico