

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE  
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL 001/2025**

**1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1 O **MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS - BAHIA**, por intermédio da **AGENTE DE CONTRATAÇÃO** e Equipe de Apoio designados pelo Decreto nº 6.275/2025, tornam público que, conforme autorização contida no **Processo Administrativo nº 9371/2025**, realizará licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO** e na forma de execução indireta, **sob regime de Empreitada por Preço Global**.

1.2 A presente licitação reger-se-á pela Lei Federal n.º 12.232/10, Lei Federal n.º 14.133 de 01 de abril de 2021 e alterações posteriores, pela Lei n.º. 4.320/1964, Lei n.º. 4.680/1965, Lei n.º 9.610/1998, e pelas disposições deste Edital.

**2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

2.1 Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos como segue:

**Dia: 07 de outubro de 2025**

**Horário: 09:00 horas**

**Local de recebimento: Centro Administrativo Municipal – CAM, situado na Rua Manoel Romão, nº 23, Alagoinhas Velha, Alagoinhas – BA – Com sessão de abertura designada, por questões estruturais, no endereço: No espaço Colaborar, localizado na Biblioteca Municipal Maria Feijó, Praça Rui Barbosa, s/n – Centro - Próximo ao Banco Santander - CEP 48.010-130 – Alagoinhas-BA.**

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

2.1.2 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação.

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

**3. OBJETO**

3.1 Constitui objeto da presente licitação a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIACÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE**

**COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL.**

3.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

**a)** O 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 na execução do contrato, vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

**b)** A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários.

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

**d)** Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas, peças e o estudo dos meios e veículos que, seguindo técnicas adequadas, asseguram a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia).

**e)** Identificação e análise dos públicos alvos onde o conceito, ideia, marca, serviço ou outras divulgações encontrem melhor possibilidade de assimilação.

**f)** Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e de outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.

**g)** Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado.

**h)** Veiculação de atos legais oficiais nos veículos de comunicação.

3.1.2 Conforme prevê o art. 3º da Lei Federal N° 12.232/10, as pesquisas e outros elementos do subitem 3.1.1 a) terão a finalidade de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e divulgação de mensagens, bem como de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

3.1.3 Tais serviços, tendo em vista a promoção da cidadania, deverão ter caráter legal, educativo, informativo, ou de orientação social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos.

3.1.4 Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada a (uma) agência de publicidade, doravante denominada LICITANTE.

3.1.5 A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos neste edital.

3.1.6 Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

4.1 Os interessados poderão obter o Edital devidamente atualizado e seus anexos através dos sites: <http://doem.org.br/ba/alagoinhas/editais> e [www.gov.br/pncp/pt-br](http://www.gov.br/pncp/pt-br).

#### **5. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

5.1 Serão admitidos a participar desta licitação os interessados que atenderem a todas as exigências contidas neste instrumento e nos seus anexos, e que pertençam ao ramo de atividade pertinente ao objeto licitado.

5.2 Poderão participar desta Concorrência, as agências de propaganda que atenderem a todas as exigências, inclusive quanto à documentação e requisitos mínimos de classificação das propostas, constante deste Edital e seus Anexos.

5.3 Regras acerca da participação de matriz e filial:

- a) Se a licitante for a matriz, todos os documentos devem estar em nome da matriz;
- b) Se a licitante for filial, todos os documentos devem estar em nome da filial, exceto aqueles que a legislação permita ou exija a emissão apenas em nome da matriz;
- c) A comprovação de aptidão para o desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, poderá ser feita em nome da matriz ou da filial;
- d) Se a licitante participar do certame apresentando os documentos de habilitação da matriz e desejar executar o contrato pela filial, ou vice-versa, deverá fazer prova, por ocasião da assinatura do contrato, da regularidade do estabelecimento que executará o objeto licitado, a qual deverá ser mantida durante todo o curso da avença.

5.4 Não poderão participar da licitação:

- a) Autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;
- b) Empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável

técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

c) Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

d) Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

e) Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei Federal nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

f) Pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

g) Demais dispositivos previstas no artigo 14 da Lei Federal nº 14.133/2021.

h) Empresa estrangeira que não funcione no País;

i) Cujo Invólucro nº 1:

i1) Apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

i2) Esteja danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

j) Que estiver reunida em consórcio.

k) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados pertençam aos quadros ou sejam servidores do MUNICÍPIO ou integrem a Sucomissão Técnica;

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

5.6 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 7.1.1.2 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

5.7 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o MUNICÍPIO não será,

em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

## **6. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

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

6.1.1 Os documentos mencionados no subitem 6.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas e comporão os autos do processo licitatório.

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

6.1.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

6.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

## **7. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

7.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, conforme será especificado nos próximos itens.

7.1.1 INVÓLUCRO Nº 1 (NÃO IDENTIFICADO): No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

7.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Permanente de Licitação.

7.1.1.2 O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e disponibilizado, de forma antecipada, pelo Departamento de Licitações da Prefeitura Municipal de Alagoinhas, localizado Rua Manoel Romão, nº 23, Alagoinhas, Bahia. A disponibilização ocorrerá a partir da data de publicação do Edital de Licitação, sendo permitida até, no máximo, 72 (setenta e duas) horas antes do horário designado para o início da primeira sessão pública, conforme data e horário consignados no preâmbulo do Edital.

7.1.1.3 Será fornecido somente 01 (um) invólucro para cada proponente.

7.1.1.4 O Invólucro nº 1 relativo à via não identificada da proposta técnica deverá estar fechado, sem lacres, sem rubrica ou qualquer outro sinal que permita a identificação.

7.1.1.5 Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária até a abertura do Invólucro nº 2, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) Ter nenhuma identificação.
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante.
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante

7.1.2 NO INVÓLUCRO Nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

7.1.2.1 A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, contudo, não é necessária a reapresentação dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

7.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025.**

**(RAZÃO SOCIAL)**

**(Nº DO CNPJ)**

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

7.1.3 NO INVÓLUCRO Nº 3 deverão estar acondicionados os documentos referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025.**

**(RAZÃO SOCIAL)**

**(Nº DO CNPJ)**

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

## **8. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

8.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

8.1.1 O INVÓLUCRO Nº 4 deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025**

**(RAZÃO SOCIAL)**

**(Nº DO CNPJ)**

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

## **9. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

9.1 No INVÓLUCRO Nº 5 deverão estar acondicionados os Documentos de Habilitação.

9.1.1 O Invólucro com os Documentos de Habilitação será recebido em data futura, depois da classificação final das licitantes, em sessão pública que será previamente marcada e anunciada pela Comissão de Licitação.

9.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025**

**(RAZÃO SOCIAL)**

**(Nº DO CNPJ)**



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

## **10. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - PRIMEIRO, SEGUNDO E TERCEIRO INVÓLUCROS**

10.1 A proposta técnica deverá:

10.1.1 Ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, sendo que:

10.1.1.1 O invólucro nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

10.1.1.2 O invólucro nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

10.1.1.3 O invólucro nº 3 deverá conter as demais informações integrantes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

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

10.1.3 A proposta técnica abrange o Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente, nos termos do artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010.

10.2 O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado pelos licitantes em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação.

10.3 Com exceção das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, o formato para apresentação do plano de comunicação publicitária deverá obedecer ao modelo padrão citado. Para efeito de avaliação e elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a licitante deverá apresentar uma campanha institucional simulada de acordo com o briefing, conforme Anexo, constante no Edital.

10.4 Não será estabelecida, nessa etapa do certame, ordem de classificação entre as propostas apresentadas, o que somente ocorrerá após a realização do julgamento das propostas.

10.5 O licitante tem a responsabilidade de apresentar proposta e documentos que comprovem sua qualificação, além de participar da sessão pública, respeitando as regras do edital;

10.6 Incumbirá ao licitante entender o processo de julgamento e acompanhar ativamente todo o processo durante a sessão pública da Concorrência, ficando responsável pelo ônus decorrente da perda de negócios diante da inobservância de quaisquer informação durante o processo de análise e julgamento das propostas pela comissão julgadora;

## **11. DA PROPOSTA TÉCNICA**



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

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

11.3 Os critérios de pontuação das Propostas Técnicas encontram-se no item 13.5 deste edital.

11.4 Os documentos que comporão o plano de comunicação publicitária deverão ser apresentados de forma que não seja possível identificar a empresa realizadora do projeto, sendo que qualquer item que venha a identificar a empresa, tais como: nome, logomarca, etc., será eliminatório.

11.5 A comissão julgadora não terá nenhuma responsabilidade sobre elementos ou palavras que possam identificar a proposta do licitante.

11.6 Recomenda-se, portanto, o uso de palavras anonimizadas, utilizando como por ex.: O cliente, a empresa, o anunciante, etc. sem utilização de nomes próprios.

11.7 O formato para apresentação pelos proponentes da Proposta Técnica será padronizado. As especificações quanto ao seu tamanho, as quantidades e formas dos exemplos de peças e outros aspectos estão descritos nos respectivos itens seguintes.

11.8 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

11.9 A Proposta Técnica deverá ser estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

| Quesitos  | Subquesitos  |
|---|--|
| I. Plano de Comunicação Publicitária                | a) Raciocínio Básico;<br>b) Estratégia de Comunicação Publicitária;<br>c) Ideia Criativa;<br>d) Estratégia de Mídia e Não Mídia. |
| II. Capacidade de Atendimento                       |  |
| III. Repertório                                     |  |
| IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |  |

11.10 A licitante entregará sua proposta técnica na forma do item 7.1.

**11.10.1 O Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada**, correspondente ao quesito I, deverá ser apresentado sob a forma definida no Briefing – Anexo II do edital, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, observadas as seguintes disposições:

**a)** em caderno único, com espiral preto, capa preta, lisa, em polipropileno

- b) contracapa em papel A4 branco, 90 g/m<sup>2</sup>, em branco.
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m<sup>2</sup>, orientação retrato.
- d) margens: de 3 cm a esquerda e 2 cm a direita, de 3 cm na parte superior e inferior com 2 cm, a partir da borda.
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos.
- f) espaçamento simples entre linha duplo.
- g) alinhamento justificado do texto.
- h) texto numeração, fonte Arial, tamanho 12, estilo normal. Não será permitida redação em caixa alta, e uso de fonte negrito e/ou sublinhada.
- i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito.
- j) sem identificação da licitante.

#### **11.10.1.1 Subquesto:**

- **Raciocínio Básico:** apresentada sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m<sup>2</sup>, fonte Arial (normal), tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas e parágrafos de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, a licitante apresentará sua compreensão sobre o objeto da licitação, os desafios de comunicação a serem enfrentados, e as soluções propostas, de acordo com as informações prestadas no briefing,

- **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentada sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m<sup>2</sup>, fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela administração.

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

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

- **Estratégia de mídia e não mídia:** em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing (Anexo II), apresentada sob a forma de texto de no máximo 3 (três) laudas, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e veiculação. As tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo pode ser apresentados à parte, não tendo limite de páginas.

11.10.1.1.1 A simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, deverá constar resumo geral contendo, no mínimo, as seguintes informações:

- a) período de distribuição das peças e/ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não-mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não-mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não-mídia.
- h) Nessa simulação:
  - i) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
  - ii) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
  - iii) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores

**11.10.2 A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária** terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

**11.10.3 Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, correspondente aos quesitos II, III e IV**

11.10.3.1 Os Quesitos II, III e IV deverão ser apresentados de forma organizada, ficando vedado que os documentos, as informações e as peças neles constantes contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

**11.10.3.2 Quesito II - Capacidade de Atendimento:** O presente quesito será composto de:

- a) Declarações ou atestados fornecidos por, no mínimo, 2 (dois) clientes, pessoas jurídicas de direito público ou privado, que tenham sido atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um dos clientes, bem como o tipo de assinado pelo representante legal da empresa contratante (cliente), admitida a assinatura por certificação digital;
- b) Qualificação, apresentação de no mínimo quatro profissionais, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência) que serão colocados à disposição para a execução do contrato, nas áreas de: direção de arte, redação, planejamento, atendimento, com formação, experiência e funções específicas

**11.10.3.3 Quesito III - Repertório:** A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, revista, jornal e outdoor como as respectivas informações técnicas, na qual se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. As peças deverão conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação dos veículos que a divulgaram. A peça em vídeo deverá ser anexada como mídia digital nos formatos MP3 ou MP4; e o anúncio de revista ou jornal em original da publicação ou cópia reprográfica autenticada em tamanho e cor originais, página inteira, em PDF. Peça em mídia alternativa deve ser apresentada sob a forma de ilustração em PDF.

**11.10.3.4 Quesito IV - Relato de Solução de problema de comunicação:** Deverá ser apresentado 1 (um) case de um cliente da licitante relatando em, no máximo, 4 (quatro) laudas, a solução de comunicação encontrada, o qual deverá:

- a) ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

**11.10.3.5** A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10.3.4. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

**11.10.3.6** É permitida a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, as quais poderão ser apresentadas em formato digital, e não entrarão no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10.3.4.

**11.10.3.7** Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.10.3.8 Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propõe a resolver, a qual deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10.3.4 para descrição do Relato.

#### **11.11 DA PROPOSTA DE PREÇO:**

11.11.1 A licitante deverá apresentar sua **PROPOSTA DE PREÇO** em envelope lacrado, na forma e requisitos indicados nos subitens a seguir:

- a)** Modalidade e número da licitação;
- b)** Razão social, CNPJ, inscrição estadual e municipal e endereço completo da proponente e qualificação do representante legal da empresa;
- c)** A Proposta de Preço deverá ser elaborada, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia - SINAPRO/BA e os percentuais referentes aos honorários sobre serviços de terceiros, nos termos abaixo.

**d)** As licitantes deverão observar ainda que:

- I - Não será aceito desconto superior a 80% (oitenta por cento) sobre a Lista de Custos Internos do SINAPRO/BA, haja vista possível inexecutabilidade do Contrato Administrativo a ser firmado com a Prefeitura de Alagoinhas/BA;
- II - Nos termos do subitem 8.2 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre:

- a) serviços externos de produção;
- b) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e/ou sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;
- III - Nos termos do subitem 8.2 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo;
- IV - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

V - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VI - O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc.).

**e)** Quando houver a necessidade de contratação de serviços gráficos diversos, poderá à

SECOM fornecer cotações de preços, nos termos da legislação aplicável, e encaminhar a documentação original referente à cotação para agência de publicidade para os procedimentos cabíveis;

- f) O disposto no item acima não se aplica nas situações em que o procedimento ali previsto não permitir a agilidade necessária, comprovada a necessidade de urgência, bem como nos casos em que houver a possibilidade de comprometimento da qualidade dos trabalhos, em virtude das especificações técnicas exigidas. Ambas as situações deverão ser formalmente fundamentadas e justificadas pela agência contratada e autorizadas pela SECOM. Nesse caso, será mantida a regra geral de apresentação pela agência de 03 (três) orçamentos de fornecedores, nos termos do artigo 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;
- g) Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência;
- h) Prazo de validade da proposta não inferior a 60 (sessenta) dias contados da data de abertura da proposta;
- i) Declaração de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros, que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação, serão de responsabilidade do licitante/contratado;
- j) Será desclassificada a proposta que exija faturamento mínimo;
- k) Não serão aceitas propostas que apresentem vantagens não previstas neste Edital, ou ainda aquelas que ofereçam preços ou vantagens baseadas em ofertas de outros licitantes;
- l) O Contratante não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à licitante considerar todos os custos diretos e indiretos, necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão de obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

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

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

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

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

## **12 ABERTURA DA SESSÃO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS**

**12.1** A abertura da presente licitação dar-se-á em sessão pública, a qual se realizará na modalidade **CONCORRÊNCIA**, forma **PRESENCIAL**, tipo avaliação **TÉCNICA E PREÇO**, empreitada por preço **GLOBAL**, na data, horário e local indicados neste Edital.

**12.2** Os recebimentos dos ENVELOPES, serão exclusivamente **PRESENCIAL**.

**12.3** O Agente de Contratação verificará as propostas apresentadas, desclassificando, desde logo, aquelas que não estejam em conformidade com os requisitos estabelecidos no Edital, contenham vícios insanáveis ou não apresentem as especificações técnicas exigidas no Termo de Referência, conforme artigo 59 da Lei nº 14.133/2021.

**a)** A desclassificação das propostas será sempre fundamentada, registrada e acompanhada em tempo real na presença de todos licitantes presentes à sessão pública da Concorrência;

**b)** A não desclassificação da proposta não impede o seu julgamento definitivo em sentido contrário, levado a efeito na fase de aceitação.

**12.4** Em nenhuma hipótese serão recebidas propostas e documentação fora do prazo estabelecido no Edital

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

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

**12.7** Para análise e julgamento das propostas, o mérito técnico terá peso de 70% (setenta por cento) e o mérito preço terá peso equivalente a 30% (trinta por cento) na nota total atribuída aos participantes.

**12.7.1** As propostas técnicas serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 13 DESTE EDITAL.

**12.7.2** No julgamento das propostas técnicas, será atribuída a licitante uma Nota Técnica (NT), com a seguinte formulação:  $NT = 100 \times PTL/MPT$ , em que:

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

**12.7.3** As propostas de preços serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 14 DESTE EDITAL.

**12.7.4** A nota de preço (NP) será dada da seguinte forma:  $NP = 100 \times PPL/MPP$ , em que: NP = Nota de preço da licitante;

PPL = Pontuação de preço da licitante;

MPP = Máxima pontuação de preço observada dentre todas as licitantes.

**12.7.5** A Subcomissão Técnica fará o cálculo da Nota Total Ponderada do licitante (NTP),



observando-se a seguinte fórmula:  $NTP = 0,7 NT + 0,3 NP$ , em que:

NTP = Nota Total Ponderada da licitante; NT = Nota Técnica da licitante;

NP = Nota de Preço da licitante.

### **13 - CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

13.1 Conforme disposto no artigo 10, §1º, da Lei Federal nº 12.232/2010, as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica.

**13.2** A Subcomissão Técnica, designada através da Portaria nº 006/2025 (anexa aos autos), composta através do Chamamento Público nº 001/2025, formada nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, analisará e julgará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

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

#### **13.3.1 QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

##### **13.3.1.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico**

- a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Alagoins/BA nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Alagoins/BA com seus públicos;
- c) Das características da Prefeitura de Alagoins/BA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing;

##### **13.3.1.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível;
- b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Alagoins com seus diversos públicos;
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação;

##### **13.3.1.3 Subquesito 3 – Ideia Criativa**

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação;
- b) Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA e à sua inserção na sociedade;
- c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;
- d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;
- e) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação;

#### **13.3.1.4 Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia**

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

#### **13.3.2 QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

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

#### **13.3.3 QUESITO 3 – REPERTÓRIO**

- a) A ideia criativa da peça apresentada;
- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;

#### **13.3.4 QUESITO 4 - RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**

- a) Apresentação estratégica do case na proposição da solução publicitária;
- b) Solução de comunicação encontrada e contribuição do objetivo da comunicação;
- c) Relatos apresentados;

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

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

| PROPOSTA TÉCNICA  |           |       |                  |
|---|-----------|-------|------------------|
| QUESITOS  |           |       | PONTUAÇÃO MÁXIMA |
| <b>QUESITO 1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>   |           |       | <b>65</b>        |
| SUBQUESTITO   | PONTUAÇÃO | TOTAL |                  |
| <b>1.1 RACIOCÍNIO BÁSICO</b>  | <b>15</b> |       |                  |
| Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Alagoinhas/BA nos contextos social, político e econômico  | 2         |       |                  |
| Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Alagoinhas/BA com seus públicos  | 3         |       |                  |
| Das características da Prefeitura de Alagoinhas/BA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária   | 5         |       |                  |
| • O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing  | 5         |       |                  |
| <b>1.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>   | <b>15</b> |       |                  |
| • O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível    | 5         |       |                  |
| • A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Alagoinhas com seus diversos públicos | 5         |       |                  |
| • A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação  | 5         |       |                  |
| <b>1.3 IDEIA CRIATIVA</b>   | <b>20</b> |       |                  |
| • A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação   | 5         |       |                  |
| • Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA e à sua inserção na sociedade  | 5         |       |                  |
| • A qualidade criativa das peças publicitárias  | 5         |       |                  |

|   |   |           |           |
|---|---|-----------|-----------|
|   | apresentadas  |           |           |
| • | A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos  | 2         |           |
| • | A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação   | 3         |           |
|   | <b>1.4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>  | <b>15</b> |           |
| • | A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios  | 5         |           |
| • | O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos   | 5         |           |
| • | O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças  | 5         |           |
|   | <b>QUESITO 2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>   |           | <b>20</b> |
|   | <b>2.1 PROFISSIONAIS</b>  | <b>10</b> |           |
| • | A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante;       | 5         |           |
| • | A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações. | 5         |           |
|   | <b>2.2 SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO</b>   | <b>10</b> |           |
| • | A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Alagoinhas   | 6         |           |
| • | As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida   | 4         |           |
|   | <b>QUESITO 3. REPERTÓRIO</b>  |           | <b>9</b>  |
| • | A ideia criativa da peça apresentada  | 5         |           |
| • | A clareza da exposição  | 2         |           |
| • | A qualidade da execução e do acabamento das peças   | 2         |           |
|   | <b>QUESITO 4. RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO</b>  |           | <b>6</b>  |
| • | Apresentação estratégica do case na proposição da solução publicitária  | 2         |           |

|   |   |            |  |
|---|---|------------|--|
| • | Solução de comunicação encontrada e contribuição do objetivo da comunicação | 2          |  |
| • | Relatos apresentados  | 2          |  |
|   | <b>PONTUAÇÃO GERAL GLOBAL</b>   | <b>100</b> |  |

**13.6** A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

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

**a) *Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;***

b) Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;

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

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

**13.9** Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório e Relato De Solução de Problema de Comunicação.

**13.10** Após a divulgação, em sessão pública, do resultado do julgamento das propostas técnicas, serão analisadas as propostas de preço das licitantes. Em seguida, serão examinados os documentos de habilitação do licitante classificado em primeiro lugar, com a maior pontuação técnica.

#### **14. CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

**14.1** A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços, obedecidos os limites impostos, da qual constarão os seguintes itens:

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência do Sindicato da Agência de Propaganda do Estado da Bahia - SINAPRO/BA, em vigor, a ser concedido pela agência à Prefeitura de Alagoinhas/BA;

b) Percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

c) Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à

contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pela Prefeitura de Alagoinhas/BA;

14.2 A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

a) Percentual de desconto sobre a Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, fixados no limite estabelecido nos quesitos de item 14.1.

| PONTOS | PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS |
|--------|---|
| 50     | 80%   |
| 40     | De 65% a 79,99%   |
| 30     | De 40% a 64,99%   |
| 20     | De 30% a 39,99%   |

b) Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinente à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias:

| PONTOS | PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS |
|--------|---|
| 25     | 10%   |
| 20     | 11%   |
| 18     | 12%   |
| 15     | 13%   |
| 12     | 14%   |
| 10     | 15%   |

c) Percentual de honorários, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

| PONTOS | PERCENTUAL DE HONORÁRIOS |
|--------|--------------------------|
| 25     | 5%                       |
| 20     | 6%                       |
| 18     | 7%                       |
| 15     | 8%                       |
| 12     | 9%                       |
| 10     | 10%                      |

14.3 A Pontuação de Preço da Licitante (PPL) será encontrada aplicando-se a fórmula  $PPL = D1 + D2 + D3$ , utilizando as seguintes correspondências:

PPL = Nota final da Proposta de Preço

**D1** - Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia;

**D2** - Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinente à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

**D3** - Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

14.4 A análise da Proposta de Preço será realizada com base nas informações da Proposta de Preço indicada no item 14.2 deste Edital;

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

14.5.1 Considera-se inexequível a proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração.

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

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

14.8 Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao no mínimo, **vinte e quatro horas de antecedência**, e a ocorrência será registrada em ata.

14.9 O Agente de Contratação pode solicitar esses documentos por meio eletrônico e a licitante tem 24 horas para enviá-los, se for uma modalidade presencial, caso a licitante não cumpra esse prazo, a proposta poderá não ser aceita;

14.9.1 O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante solicitação formal, onde o licitante deve apresentar um documento formalizando o pedido de prorrogação ao



Agente de Contratação, acompanhada de uma justificativa detalhada para a necessidade da prorrogação. Essa solicitação deve ser feita de forma presencial, o que significa que o licitante deve comparecer pessoalmente ao local onde o processo licitatório está sendo conduzido para apresentar a sua solicitação;

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

14.9.3 As licitantes deverão colocar à disposição da Administração todas as condições indispensáveis à realização de testes e fornecer, sem ônus, os manuais impressos em língua portuguesa, necessários ao seu perfeito manuseio, quando for o caso.

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

14.11 O Agente da Contratação proclamará o resultado da análise das Propostas de Preços, atribuindo a nota da Proposta de Preço – NP, que será considerada para o cálculo da Nota Total Ponderada (NTP) da licitante, na forma prevista no item 12.6 deste Edital.

14.12 A nota final será calculada através do somatório das notas de proposta técnica e da proposta de preço, sendo a nota da proposta técnica com peso de 70% (setenta por cento) e a nota da proposta de preço com peso de 30% (trinta por cento), totalizando um percentual de 100% (cem por cento).

## **15. DA APURAÇÃO DE EVENTUAL SOBREPREGO E ACEITAÇÃO DA PROPOSTA VENCEDORA**

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

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

15.3 A negociação será realizada presencialmente e poderá ser acompanhada pelos demais licitantes.

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

15.5 Concluída a negociação, se houver, o resultado será registrado na ata da sessão pública,

devendo esta ser anexada aos autos do processo de contratação.

15.6 O Agente de Contratação deverá solicitar dos licitantes, o envio da proposta e, se necessário, dos documentos complementares, adequada à proposta ofertada, após a negociação de que trata este item.

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

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

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

15.9.1 Considera-se inexequível a proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade da própria licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração;

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

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

15.10 Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao saneamento das propostas, o Agente de Contratação deve-se comunicar a suspensão aos participantes, registrar o motivo em ata e informar a nova data e horário para a retomada da sessão com antecedência mínima de **24h (vinte e quatro horas)**. A sessão será retomada a partir do ponto em que foi interrompida, sem refazer os atos já praticados.

15.11 O Agente de Contratação poderá convocar a licitante para entregar documento digital complementar, por meio eletrônico, no prazo de até **24 (vinte e quatro) horas**, sob pena de não aceitação da proposta.

15.11.1 O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante apresentação formal de solicitação e justificativa por parte do licitante, antes de finalizar o prazo, a possibilidade e os procedimentos específicos para a prorrogação devem estar previstos no edital;

15.11.2 Dentre os documentos passíveis de solicitação pelo Agente de Contratação, destacam-se

os que contenham as características do material ofertado, tais como marca, modelo, tipo, fabricante e procedência, além de outras informações e documentos pertinentes, a exemplo de catálogos, folhetos ou propostas, encaminhados por meio eletrônico, ou, se for o caso, por outro meio e prazo indicados pelo Agente de Contratação, sem prejuízo da sua entrega anterior sob a forma presencial, sob pena de não aceitação da proposta.

15.12 Havendo necessidade, o Agente de Contratação suspenderá a sessão, informando a nova data e horário para a sua continuidade.

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

## **16. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1 Para habilitação dos licitantes, serão exigidos os documentos necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, nos termos dos arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021.

16.2 Será exigida a apresentação dos documentos de habilitação apenas do licitante vencedor, nos termos do inciso I do art. 6º e inciso XI do art. 11 da Lei nº 12.232, de 2010.

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

### **16.4 HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

**16.4.1** No caso de empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

**16.4.2** Em se tratando de microempreendedor individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio: [www.portaldoempreendedor.gov.br](http://www.portaldoempreendedor.gov.br);

**16.4.3** Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;

**16.4.4** 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;

**16.4.5** No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;

**16.4.6** No caso de cooperativa: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o art. 107 da Lei

nº 5.764, de 1971;

**16.4.7** No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País: decreto de autorização;

**16.4.8** Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

## **16.5 REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:**

**16.5.1** CNPJ - Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

**16.5.2** 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.

**16.5.3** Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (**FGTS**);

**16.5.4** Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a **justiça do trabalho**, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

**16.5.5** Prova de regularidade junto à **Fazenda Estadual**, através da Certidão Negativa conjunta junto aos Tributos Estaduais, emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual onde a empresa for sediada;

**16.5.6** Prova de regularidade junto à **Fazenda Municipal**, através da Certidão Negativa junto aos Tributos Municipais, emitida pela Secretaria da Fazenda Municipal onde a empresa for sediada;

**16.5.7** Caso o licitante seja considerado isento dos tributos estaduais relacionados ao objeto licitatório, deverá comprovar tal condição mediante declaração da Fazenda Estadual do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei;

**16.5.8** Caso o licitante detentor do menor preço seja qualificado como microempresa ou empresa de pequeno porte deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de inabilitação.

**16.5.9** A existência de restrição relativamente à regularidade fiscal e trabalhista não impede que a licitante qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte seja declarada vencedora, uma vez que atenda a todas as demais exigências do edital.

**16.5.10** Caso a proposta mais vantajosa seja ofertada por licitante qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte, e uma vez constatada a existência de alguma restrição no que tange à regularidade fiscal e trabalhista, a mesma será convocada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, após a declaração do vencedor, comprovar a regularização. O prazo poderá ser prorrogado por igual período, a critério da administração pública, quando requerida pelo licitante, mediante apresentação de justificativa.

**16.5.11** A não-regularização fiscal e trabalhista no prazo previsto no subitem anterior acarretará a inabilitação do licitante, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, sendo facultada a convocação dos licitantes remanescentes, na ordem de classificação. Se, na ordem de classificação, seguir-se outra microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa com alguma restrição na documentação fiscal e trabalhista, será concedido o mesmo prazo para regularização.

## **16.6 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

**16.6.1** Certidão Negativa de Falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor, datado dos últimos 30 (trinta) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão.

**16.6.2** Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data da apresentação da proposta, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. A licitante apresentará, conforme o caso, publicação no Diário Oficial ou Jornal de Grande Circulação do Balanço ou cópia reprográfica das páginas do Livro Diário numeradas sequencialmente onde foram transcritos o Balanço e a Demonstração de Resultado, com os respectivos Termos de Abertura e Encerramento registrados na Junta Comercial e Certidão de Regularidade Profissional, emitida pelo Conselho Regional de Contabilidade em nome do contabilista responsável pela confecção do documento, ou no caso de empresas sujeitas à tributação com base no lucro real, o Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado emitido através do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, contendo Recibo de Entrega do Livro, os Termos de Abertura, Encerramento e Autenticação, podendo este último ser substituído pela Etiqueta da Junta Comercial ou Órgão de Registro.

**16.6.2.1** No caso de empresa recém-constituída (há menos de 01 (um) deverá apresentar o Balanço de Abertura devidamente registrado na Junta Comercial.

**16.6.2.2** No caso de empresa constituída a menos de 02 (dois) anos, deverá apresentar Balanço patrimonial e demonstrações contábeis devidamente registrado na Junta Comercial apenas do último exercício.

16.6.2.3 Entende-se por “último exercício social já exigível” aquele para o qual já se esgotou o prazo para a apresentação do Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado para a Receita Federal.

16.6.2.4 A boa situação econômico-financeira da LICITANTE deverá ser demonstrada através dos seguintes índices dos 2 (dois) últimos exercícios sociais:

a) ILC = Índice de Liquidez Corrente maior ou igual a 1,00, calculado pela seguinte fórmula:

ILC =  $\frac{AC}{PC}$ , onde:

PC

AC = ATIVO CIRCULANTE

PC = PASSIVO CIRCULANTE

b) IEG = Índice de Endividamento Geral, menor ou igual a 0,8, calculado pela seguinte formula:

IEG =  $\frac{PC + ELP}{AT}$ , onde:

AT

PC = PASSIVO CIRCULANTE

ELP = EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

AT = ATIVO TOTAL

c) Os índices de que trata os subitens acima serão calculados pelo responsável da contabilidade, devendo conter a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade no documento de apresentação dos cálculos, preferencialmente assinada pelo seu representante legal ou responsável de contabilidade.

d) Se a informação do memorial de cálculo não conferir com os elementos constantes no Balanço Patrimonial, o licitante será inabilitado, independente da adoção das medidas legais cabíveis.

e) Caso conste no Balanço Patrimonial o cálculo de todos os índices solicitados no item 16.6.2.4, a declaração será dispensada.

f) No caso de empresa recém-constituída fica dispensada os índices solicitados no item 16.6.2.4.

g) O balanço referente ao último exercício encerrado deve estar acompanhado da publicação em Diário Oficial deste quando se tratar de Sociedade Anônima.

h) Os valores financeiros acima referidos poderão ser atualizados para a data da licitação pelo índice oficial (IGP-DI), devendo, neste caso ser apresentada a respectiva memória de cálculo.

i) Quando se tratar de empresa individual ou sociedade por cotas de responsabilidade limitada, a PMA se reservará o direito de exigir a apresentação do livro diário onde o balanço fiscal foi

transcrito, para feito de extração dos parâmetros para o julgamento e verificação dos valores apresentados e calculados pelos licitantes

### **16.7 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:**

**16.7.1** Atestado(s) fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado com características que demonstrem similaridade às do objeto desta licitação, executadas a qualquer tempo. Os atestados fornecidos por pessoas jurídicas de direito privado deverão constar o papel timbrado da empresa emitente do atestado. Quanto ao(s) atestado(s) fornecido(s) por órgãos públicos, os mesmos não serão aceitos quando apresentados com assinaturas de pregoeiros e/ou presidentes ou membros de comissões de licitações, em virtude destes servidores não terem competência legal para atestarem recebimentos dos fornecimentos/serviços;

**16.7.2** Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido junto ao Conselho Executivo das Normas - Padrão – CENP (Parágrafo 1º do artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/10).

**16.7.3** Apresentar Registro da LICITANTE na Associação Brasileira de Agências e Propaganda, e/ou no sindicato de classe no estado da matriz da LICITANTE. Caso inexista o referido Sindicato, supre-se por declaração de registro da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

**16.7.4** Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação **(ANEXO V)**;

### **16.8 DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR**

**a)** Declaração de que não incorre nas condições impeditivas do art. 14 da Lei Federal nº 14.133/21 **(ANEXO V)**;

**b)** Declaração de que atende aos requisitos de habilitação, declarando que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (em atendimento ao inciso I do art. 63 da Lei nº 14.133/2021) **(ANEXO V)**;

**c)** Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas (em atendimento ao inciso IV do art. 63 da Lei nº 14.133/2021) **(ANEXO V)**;

**d)** Declaração de que, no ano calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte (somente para microempresas e às empresas de pequeno porte) **(ANEXO V)**;

**e)** Declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis



trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas **(ANEXO V)**;

**f)** Declaração de dados do representante legal para assinatura do Contrato **(ANEXO VI)**. **(FACULTADO)**;

## **17. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

17.1 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados em Edital.

### **17.2 Primeira Sessão**

17.2.1 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos em Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio da documentação exigida em Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições em Edital.

17.2.2 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- d) estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido pela PMA.

17.2.3 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do subitem 17.2.2 a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

17.2.3.1 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio de publicação no

Diário Oficial do Município.

17.2.3.2 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea “b” do subitem 17.2.3.1 adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

17.2.3.3 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

17.2.3.4 A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

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

17.2.3.6 Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade. Caso contrário a Comissão de Contratação divulgará o resultado das decisões, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da

ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

17.2.3.8 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea “a” do subitem 17.2.2 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

17.2.3.9 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

17.2.4 As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do subitem 4.2.13.10 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

### **17.2.5 Segunda Sessão**

17.2.5.1 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma disposta em Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificados e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme art. 165, I, L. 14.133/2021.

17.2.5.2 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

### **17.2.6 Terceira Sessão**

17.2.6.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme art. 165, I, L. 14.133/2021 na L. 14.133/2021.

### **17.2.7 Quarta Sessão**

17.2.7.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
  - e.1) que o resultado da habilitação será publicado com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme art. 165, I, L. 14.133/2021;
  - e.2) que será publicado o nome das licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham

sido julgados os recursos interpostos.

## **18. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO**

**18.1** Julgados eventuais recursos administrativos, ou não tendo havido sua interposição, a autoridade superior adjudicará objeto do certame à licitante vencedora e homologará o procedimento licitatório, conforme art. 71 inciso IV da Lei Federal nº. 14.133/2021.

## **19. GARANTIAS DE EXECUÇÃO**

**19.1** Não será exigido garantia de execução do contrato.

## **20. DO CONTRATO**

**20.1** Após a homologação do resultado da licitação pela autoridade competente a Administração deverá verificar a regularidade fiscal do contratado, consultar o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), emitir as certidões negativas de inidoneidade, de impedimento e de débitos trabalhistas e juntá-las ao respectivo processo.

**20.2** Sendo realizada a contratação, será firmado Termo de Contrato ou emitido instrumento equivalente.

**20.3** O adjudicatário terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o Termo de Contrato ou aceitar instrumento equivalente, conforme o caso (Nota de Empenho/Carta Contrato/Autorização), sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Edital.

**20.4** Alternativamente à convocação para comparecer perante o órgão ou entidade para a assinatura do Termo de Contrato ou aceite do instrumento equivalente, a Administração poderá encaminhá-lo para assinatura ou aceite da Adjudicatária, mediante correspondência postal com aviso de recebimento (AR) ou meio eletrônico, para que seja assinado ou aceito no prazo de 03 (três) dias, a contar da data de seu recebimento.

**20.5** O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada do adjudicatário e aceita pela Administração.

**20.6** O aceite da nota de empenho ou do instrumento equivalente, emitida à empresa adjudicada, implica no reconhecimento de que:

**a)** Referida nota está substituindo o contrato, aplicando-se à relação de negócios ali estabelecida as disposições da Lei nº 14.133/2021;

**20.7** A Contratada se vincula à sua proposta e às previsões contidas no edital e seus anexos;

**20.8** A Contratada reconhece que as hipóteses de rescisão são aquelas previstas no artigo 137 da Lei nº 14.133/2021 e reconhece os direitos da Administração previstos nos artigos 138 e

139 da mesma Lei.

**20.9** O prazo de vigência da contratação, contados da data de assinatura, é de **12 (doze) meses**.

**20.10** Previamente à contratação a Administração realizará consultas para identificar possível suspensão temporária de participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas, observado o disposto no artigo 29, da Instrução Normativa nº 03/2018, e nos termos do artigo 6º, III, da Lei nº 10.522/2002, consulta prévia ao CADIN.

**20.11** Na assinatura do contrato, será exigida a comprovação das condições de habilitação consignadas neste Edital, as quais deverão ser mantidas pelo licitante durante a vigência do contrato.

**20.12** Na hipótese de irregularidade, a Contratada deverá regularizar a sua situação perante o cadastro no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, sob pena de aplicação das penalidades previstas no edital e anexos.

**20.13** Na hipótese de a vencedora da licitação não comprovar as condições de habilitação consignadas no edital ou se recusar a assinar o contrato, a Administração, sem prejuízo da aplicação das sanções das demais cominações legais cabíveis a essa licitante, poderá convocar outra licitante, respeitada a ordem de classificação, para, após a comprovação dos requisitos para habilitação, analisada a proposta e eventuais documentos complementares e, feita a negociação, assinar o contrato.

## **21. RESCISÃO CONTRATUAL**

**21.1** Este contrato poderá ser rescindido unilateralmente pelo CONTRATANTE, respeitado o devido processo legal, e sem que assista à contratada direito a qualquer indenização, nas seguintes hipóteses:

- a)** Inadimplemento pela contratada de quaisquer das cláusulas e condições aqui estabelecidas;
- b)** Atraso no cumprimento das “ordens de serviços”;
- c)** Superveniência de incapacidade financeira da CONTRATADA devidamente comprovada;
- d)** Falência, liquidação judicial ou extrajudicial, ou concordata da CONTRATADA, requeridas ou decretadas;
- e)** Cessão total ou parcial deste contrato e dos créditos dele decorrentes, sem prévia e escrita autorização do CONTRATANTE.
- f)** Dissolução total da CONTRATADA.

**21.2** Rescindido o contrato, por quaisquer destes motivos, a CONTRATADA terá direito, apenas, ao pagamento dos serviços efetivamente prestados e aceitos.

**21.3** Ficará o presente contrato rescindido, de pleno direito, independentemente de aviso ou interpelação judicial ou extrajudicial, e sem prejuízo das sanções cabíveis nos casos enumerados no Art.156 da 14.133/2021.

## **22. FORMA DE PAGAMENTO**

**22.1** O pagamento será efetuado pela Administração para a empresa a ser contratada da seguinte forma: mensalmente, conforme fornecimento, **exclusivamente através de crédito em conta especificada pelo credor e mantida em instituição financeira indicada pela SEFAZ (conforme Decreto Municipal nº 4.914/2018).**

**22.2** Os pagamentos serão efetuados de acordo com o estabelecido no Decreto Municipal nº 6.101/2024, devendo ser obedecida a ordem cronológica de pagamentos de obrigações de natureza contratual e onerosa firmados pela Administração Pública, devendo cada unidade gestora manter listas consolidadas de credores, classificadas por fonte diferenciada de recursos e organizadas pela ordem cronológica de antiguidade dos referidos créditos liquidados. Os credores de obrigações de baixo valor serão ordenados separadamente, por fonte diferenciada de recursos, em lista classificatória especial de pequenos credores. Consideram-se de baixo valor as obrigações decorrentes de contratos de compras e serviços cujo valor contratado, correspondente a todas as parcelas previstas ou estimadas, não ultrapassem o limite do inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 01 de abril de 2021.

**22.3** O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a CONTRATADA informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual ocorrerá em até 30 (trinta) dias, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:

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

**22.3.2** Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

**22.3.3** Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.

**22.4** Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados a SECOM a seguir, com antecedência mínima de dez dias



da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato e a manifestação de aceitação do gestor contratual:

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

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

22.5 A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

22.6 Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

22.8 A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

22.9 Nenhum pagamento será efetuado sem a apresentação dos documentos exigidos, bem como enquanto não forem sanadas irregularidades eventualmente constatadas na nota fiscal, no fornecimento dos bens ou no cumprimento de obrigações contratuais.

22.10 Os pagamentos ficarão condicionados à prévia informação pelo credor, dos dados da conta-corrente bancária de titularidade do Contratado.

22.11 As notas fiscais devem ser emitidas em nome do Município Contratante, devendo constar ainda número da licitação e/ou contrato.

**22.12** As liquidações deverão serem realizadas a partir da data do cumprimento da obrigação contratual ou do transcurso de etapa ou de parcela, desde que previsto e autorizado o parcelamento da prestação, em conformidade com o cronograma de execução e o cronograma financeiro, e seguirá o fluxo do organograma estabelecido no Decreto.

**22.13** Ocorrendo qualquer situação que impeça a certificação do adimplemento da obrigação ou quando o contratado for notificado para sanar as ocorrências relativas à execução do contrato ou à documentação apresentada, a respectiva cobrança perante a unidade administrativa contratante será tornada sem efeito, com a consequente exclusão da lista classificatória de credores. O fornecedor será reposicionado na lista classificatória a partir da regularização das falhas e/ou, caso seja necessário, da emissão de novo documento fiscal, momento em que será reiniciada a contagem dos prazos de liquidação e pagamento disponíveis à unidade administrativa contratante.

No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto a dimensão, qualidade e quantidade, a parcela incontroversa deverá ser liberada no prazo previsto para pagamento.

**22.14** No âmbito de cada unidade gestora, o pagamento das despesas orçamentárias será efetuado após expedição da ordem de pagamento a que se refere o art. 64 da Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964, respeitada a ordem cronológica das exigibilidades, classificada por fonte diferenciada de recursos, subdividida nas seguintes categorias de contratos:

I - Fornecimento de bens;

II - Locações;

III - Prestação de serviços;

IV - Realização de obras.

**22.15** Não serão pagos créditos, ainda que certificados, enquanto houver outro mais bem classificado, custeado pela mesma fonte de recursos, ainda que seja originário de exercício encerrado.

**22.16** Havendo créditos certificados e não pagos em virtude de mora exclusiva da Administração Pública na certificação de obrigação mais bem classificada, o setor competente adotará as providências necessárias à regularização do fluxo de pagamentos.

**22.17** Havendo recursos disponíveis para solver obrigação de natureza contratual e onerosa que esteja na ordem de classificação é vedado o pagamento parcial de crédito.

**22.18** O pagamento parcial será permitido se houver indisponibilidade financeira para o pagamento integral, hipótese em que o saldo a pagar permanecerá na mesma ordem de classificação.

**22.19** Na data da apresentação da fatura o contratado deverá estar de posse, em plena vigência, da certidão negativa de débito com a seguridade social (CND), da CNDT e da certidão de regularidade com o FGTS, além das certidões de regularidade com os tributos municipal, estadual e federal, sob pena de não pagamento.

### **23. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

| <b>U.O.</b> | <b>Ação</b> | <b>Elemento de Despesa</b> | <b>Fonte de Recurso</b> |
|-------------|-------------|----------------------------|-------------------------|
| SECOM       | 2.012       | 3.3.90.39                  | 500                     |
| SECOM       | 2.012       | 3.3.90.39                  | 500                     |
| SECOM       | 2.012       | 3.3.90.39                  | 753                     |
| SESAU       | 2.022       | 3.3.90.39                  | 500                     |
| SESAU       | 2.022       | 3.3.90.39                  | 600                     |
| SESAU       | 2.012       | 3.3.90.39                  | 500                     |
| SEDUC       | 2.012       | 3.3.90.39                  | 500                     |
| SEDES       | 2.226       | 3.3.90.39                  | 660                     |

### **24. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

24.1 Pelo descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas partes, salvo casos

fortuitos ou de força maior, a parte infratora responderá pelas sanções previstas nos artigos 155 e 156 da Lei Federal nº 14.133/2021 e Decreto nº 318/2023 de 17 de abril de 2023, sem prejuízo da responsabilidade civil ou penal cabíveis.

## **25. REVOGAÇÃO – ANULAÇÃO**

**25.1.** A licitação poderá ser revogada ou anulada nos termos do art. 71 incisos II e III, da Lei Federal nº 14.133/2021, no seu todo ou em parte.

**25.2.** O MUNICÍPIO se reserva ao direito de revogar esta licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar a decisão. Deverá, por outro lado, anulá-la se constatada insanável ilegalidade, baseado em parecer escrito e devidamente fundamentado.

**25.3.** Não caberá qualquer indenização aos proponentes em caso de revogação ou anulação da presente licitação, ressalvadas as hipóteses legais, cabendo o ônus da prova exclusivamente ao licitante/contratado.

## **26. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**

**26.1** Os pedidos de impugnações referentes ao edital deverão ser apresentados por escrito e endereçados ao AGENTE DE CONTRATAÇÃO, contendo as informações para contato (**telefone, endereço eletrônico, contrato social ou instrumento equivalente acompanhado da procuração, quando necessário**), sendo que, até três dias úteis antes da data fixada para abertura da sessão pública, qualquer pessoa poderá impugnar o Edital, DEVENDO ser feitos através do e-mail [licitacoes@alagoinhas.ba.gov.br](mailto:licitacoes@alagoinhas.ba.gov.br) ou através de protocolo no setor respectivo da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA.

**26.2** Decairá do direito de impugnação dos termos do Edital de Concorrência, perante a Prefeitura Municipal de Alagoinhas, aquele que não se manifestar até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura da sessão da Concorrência, apontando as falhas e/ou irregularidade que o Licitante considere que o viciaram.

**26.3** Caberá ao Agente de Contratação responder à impugnação ou ao pedido de esclarecimento no prazo de até 3 (três) dias úteis limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, sendo divulgada em sítio eletrônico oficial.

**26.4** Acolhida à impugnação, caso não haja alteração na proposta, poderá ser definida e publicada nova data para a realização do certame.

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

**26.6** As respostas às impugnações e os esclarecimentos prestados pelo AGENTE DE CONTRATAÇÃO serão entranhados nos autos do processo licitatório e serão divulgadas no sítio eletrônico oficial.

## **27. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**27.1** Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, inclusive a preparação e apresentação das propostas.

**27.2** A qualquer tempo, antes da data fixada para apresentação das propostas, poderá o Agente de Contratação, se necessário, modificar este Edital, hipótese em que deverá proceder à divulgação, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

**27.3** Após apresentação da proposta, não caberá desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo AGENTE DE CONTRATAÇÃO.

**27.4** O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição da sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta, durante a realização da sessão pública da Concorrência.

**27.5** As normas que disciplinam esta Concorrência serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, sem comprometimento da segurança do futuro contrato.

**27.6** A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

**27.7** É facultado ao AGENTE DE CONTRATAÇÃO ou à autoridade superior:

- a)** A promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, em qualquer fase da Concorrência, sendo vedada a inclusão posterior de documento que deveria constar originariamente da proposta;
- b)** Releva erros formais ou simples omissões em quaisquer documentos, para fins de habilitação e classificação dos proponentes, desde que sejam irrelevantes, não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação;
- c)** Convocar os licitantes para quaisquer esclarecimentos porventura necessários ao entendimento de suas propostas;

**27.8** Quaisquer informações e esclarecimentos relativos a esta licitação deverão ser feitos através do e-mail [licitacoes@alagoinhas.ba.gov.br](mailto:licitacoes@alagoinhas.ba.gov.br) ou através de protocolo no setor respectivo da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA. Maiores informações Tel. (0xx75) 3422-8605.

**27.9** Os autos do processo administrativo permanecerão com vista franqueada aos interessados na Diretoria de Licitações.

**27.10** Fica designado o foro da Cidade de Alagoinhas - Estado da Bahia, para julgamento de quaisquer questões judiciais resultante deste edital, renunciando as partes a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

## **28. DOS ANEXOS**

**28.1.** Fazem parte deste Edital, como Anexos:

**ANEXO I:** Termo de Referência;

**ANEXO II:** BRIEFING;

**ANEXO III:** Planilha Orçamentária;

**ANEXO IV:** Modelo de Proposta de Preços;

**ANEXO V:** Modelo de Declaração Unificada;

**ANEXO VI:** Declaração de dados do representante legal para assinatura do contrato **(FACULTADO)**;

**ANEXO VII:** Minuta do Contrato;

Alagoinhas/BA, 18 de agosto de 2025.

**Alesandra Conceição de Melo**

Gerente de Licitações

**ANEXO I**  
**TERMO DE REFERÊNCIA**

**1. DO OBJETO**

1.1 Constitui objeto deste Termo de Referência a contratação de empresa de Publicidade e Propaganda para o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos de comunicação e divulgação e demais meios de comunicação e divulgação, com o intuito de atender ao princípios da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas, ou instituição ou informar ao público em geral, conforme as condições e as especificações constantes neste TR e em seus anexos.

| ITEM  | DESCRIÇÃO   | UF  | QUANT | VALOR ESTIMADO PARA 12 MESES |
|---|---|-----|-------|------------------------------|
| 01  | CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL | UND | 01    | <b>R\$ 4.500.000,00</b>      |
| <b>VALOR TOTAL ESTIMADO: quatro milhões e quinhentos mil reais.</b> |   |     |       | <b>R\$ 4.500.000,00</b>      |

1.2. Os serviços objeto do presente Termo de Referência estão dentro da padronização seguida pelo órgão, conforme especificações técnicas e requisitos de desempenho.

1.3. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura do instrumento contratual, sendo admitida sua prorrogação nos termos do art. 106 da lei 14.133/2021.

1.4. Contratação, via CONCORRÊNCIA, com fundamento na Lei Federal nº 12.232/10, de 1 (uma) agência de publicidade e propaganda, empresas especializadas na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, obras, serviços eventos internos e externos, divulgações de caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS, site institucional, campanhas de órgão e entidades da

Administração Pública Municipal, compreendendo o estudo, planejamento, concepção, pesquisa, produção, execução, distribuição, controle e supervisão de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, controle das inserções publicitárias de mídias contratadas nos veículos de divulgação, tais como, jornal impresso e online, sites, blogs e redes sociais, TV, rádio, outdoor, mídia exterior, dentre outros, compreendendo o que se segue:

1.5. O 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 na execução do contrato, vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.6. A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários.

1.7. A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.8. Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas, peças e o estudo dos meios e veículos que, seguindo técnicas adequadas, asseguram a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia).

1.9. Identificação e análise dos públicos alvos onde o conceito, ideia, marca, serviço ou outras divulgações encontrem melhor possibilidade de assimilação.

1.10. Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e de outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.

1.11. Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado.

1.12. Veiculação de atos legais oficiais nos veículos de comunicação

1.13. Conforme prevê o art. 3º da Lei Federal Nº 12.232/10, as pesquisas e outros elementos do subitem 1.6 terão a finalidade de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e divulgação de mensagens, bem como de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.14. Tais serviços, tendo em vista a promoção da cidadania, deverão ter caráter legal, educativo, informativo, ou de orientação social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos.

1.15. Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada a (uma) agência de publicidade, doravante denominada LICITANTE.

1.16. A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a



execução de serviços previstos neste edital.

1.17. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

2.1. A Fundamentação da Contratação e a descrição dos serviços encontra-se baseada no Estudo Técnico Preliminar, contido na fase interna deste processo de contratação.

2.2. O Município está elaborando o Plano de Contratações Anual, todavia o objeto da contratação está previsto no Planejamento constante no Plano Plurianual 2022/2025 deste Município (Lei nº 2.582, e 17 de dezembro de 2021) e na Lei Orçamentária Anual 2025 (Lei nº 2825 de 2 de janeiro de 2025).

## **3. DA JUSTIFICATIVA E DO OBJETIVO DA PRESENTE CONTRATAÇÃO**

3.1 Considerando que a contratação de uma empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação é fundamental para a Prefeitura Municipal de Alagoins/BA por diversas razões estratégicas e operacionais. Primeiramente, a comunicação eficaz é essencial para manter os cidadãos informados sobre as atividades, programas, obras e serviços realizados pela administração pública municipal. Uma empresa especializada pode garantir que essas informações sejam divulgadas de forma clara, objetiva e acessível a todos os públicos, promovendo a transparência e a participação cívica. Considerando que a divulgação de atos, programas e serviços municipais é necessária para garantir o cumprimento de obrigações legais, educativas e informativas. Uma empresa especializada pode assegurar que essas divulgações estejam conforme as normas e regulamentos vigentes, evitando, problemas legais e garantindo a disseminação correta das informações. Tendo em vista a complexidade e abrangência dos meios de comunicação contemporâneos, também demandam competência técnica para alcançar efetivamente o público-alvo. Uma empresa especializada pode realizar estudos de mercado, planejamento estratégico e análise de mídia para identificar os melhores canais e estratégias de comunicação para cada tipo de mensagem e público. Além disso, a gestão eficiente dos recursos públicos é uma prioridade para qualquer administração municipal. Ao contratar uma empresa especializada, a Prefeitura de Alagoins/BA pode otimizar seus investimentos em publicidade, garantindo que os recursos públicos sejam utilizados de forma eficaz e transparente, com o devido controle das inserções publicitárias e veiculação dos materiais em diferentes meios de comunicação. Em resumo, a contratação de uma empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação é essencial para garantir uma comunicação eficaz,

transparente e legalmente adequada entre a Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA e seus cidadãos, promovendo a participação cívica, o cumprimento de obrigações legais e a eficiência na gestão dos recursos públicos.

#### **4. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO O TODO**

4.1 Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve: O conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares: I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei; II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

#### **5. DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

5.1. São requisitos de contratação:

5.1.1. O 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 na execução do contrato, vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de

publicidade.

5.1.2. Produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários.

5.1.3. A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

5.1.4. Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas, peças e o estudo dos meios e veículos que, seguindo técnicas adequadas, asseguram a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia).

5.1.5. Identificação e análise dos públicos onde o conceito, ideia, marca, serviço ou outras divulgações encontrem melhor possibilidade de assimilação.

5.1.6. Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e de outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.

5.1.7. Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado.

5.1.8. Veiculação de atos legais oficiais nos veículos de comunicação.

5.1.9. A contratada deve alcançar os mais diferentes segmentos da população, tornando as publicações legais de fato públicas e acessíveis, democratizando a informação.

5.2. Conforme prevê o art. 3º da Lei Federal Nº 12.232/10, as pesquisas e outros elementos terão a finalidade de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e divulgação de mensagens, bem como de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

5.3. Tais serviços, tendo em vista a promoção da cidadania, deverão ter caráter legal, educativo, informativo, ou de orientação social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos.

5.4. Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada (uma) agência de publicidade, doravante denominada LICITANTE.

5.5. A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos neste edital.

5.6. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

5.7. A contratada deverá cumprir os requisitos para habilitação jurídica, técnica, fiscal e econômico-financeira que serão definidas no Edital.

## **5.8. Da Subcontratação**

5.8.1 Na presente Contratação **NÃO** será admitida subcontratação de outra agência para execução do objeto.

## **5.9. Da Garantia da contratação**

5.9.1. A garantia abrange os materiais gráficos e impressos produzidos para as campanhas publicitárias que não estejam de acordo com o pedido efetuado pelo Município no que diz respeito ao tamanho, tipo de material utilizado e demais especificações técnicas.

Uma vez notificado, o contratado deverá fazer a substituição desses materiais que apresentarem defeito, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da data da verificação do defeito. No caso de não haver a substituição do material, o Município fica desobrigado de arcar com os custos dos materiais com defeito constatado.

## **5.10. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS.**

5.10.1 No dia, hora e local, mencionados no preâmbulo do edital, a entrega das propostas técnicas e de preço ocorrerá PRESENCIALMENTE.

5.10.2 Em nenhuma hipótese serão recebidas propostas e documentação fora do prazo estabelecido no Edital;

5.10.3 DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA: A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, conforme será especificado nos próximos itens.

5.10.3.1 INVÓLUCRO Nº 1 (NÃO IDENTIFICADO): No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

5.10.3.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação.

5.10.3.1.2 O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e disponibilizado, de forma antecipada, pelo Departamento de Licitações da Prefeitura Municipal de Alagoinhas, localizado Rua Manoel Romão, nº 23, Alagoinhas, Bahia. A disponibilização ocorrerá a partir da data de publicação do Edital de Licitação, sendo permitida até, no máximo, 72 (setenta e duas) horas antes do horário designado para o início da primeira sessão pública, conforme data e horário consignados no preâmbulo do Edital.

5.10.3.1.3 Será fornecido somente 01 (um) invólucro para cada proponente.

5.10.3.1.4 O Invólucro nº 1 relativo à via não identificada da proposta técnica deverá estar fechado, sem lacres, sem rubrica ou qualquer outro sinal que permita a identificação.

5.10.3.1.5 Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária até a abertura do Invólucro nº 2, o Invólucro nº 1 não poderá:

5.10.3.1.6 Ter nenhuma identificação.

5.10.3.1.7 Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante.

5.10.3.1.8 Estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

5.10.3.2 NO INVÓLUCRO Nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

5.10.3.2.1 A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, contudo, não é necessária a reapresentação dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

5.10.3.2.2 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO  
PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA DA CONCORRÊNCIA Nº 00/2025.**

**(RAZÃO SOCIAL)**

**(Nº DO CNPJ)**

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

5.10.3.3 NO INVÓLUCRO Nº 3 deverão estar acondicionados os documentos referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.10.3.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,  
REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO DA  
CONCORRÊNCIA Nº 00/2025.**

**(RAZÃO SOCIAL)**

**(Nº DO CNPJ)**

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

**5.10.4. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS:** A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

**5.10.4.1** O INVÓLUCRO Nº 4 deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL DA CONCORRÊNCIA Nº 00/2025 (RAZÃO SOCIAL)  
(Nº DO CNPJ)**

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

**5.10.5 ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:** No INVÓLUCRO Nº 5 deverão estar acondicionados os Documentos de Habilitação.

**5.10.5.1** O Invólucro com os Documentos de Habilitação será recebido em data futura, depois da classificação final das licitantes, em sessão pública que será previamente marcada e anunciada pela Comissão de Licitação.

**5.10.5.2** Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 00/2025  
(RAZÃO SOCIAL)  
(Nº DO CNPJ)**

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

**5.10.6. DA PROPOSTA TÉCNICA – Primeiro, Segundo e Terceiro Invólucros.**

**5.10.6.1** A proposta técnica deverá:

**5.10.6.2** Ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, sendo que:

**5.10.6.2.1** O invólucro nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**5.10.6.2.2** O invólucro nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**5.10.6.2.3** O invólucro nº 3 deverá conter as demais informações integrantes da proposta técnica

(Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

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

5.10.8 A proposta técnica abrange o Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente, nos termos do artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010.

5.10.9 O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado pelos licitantes em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação.

5.10.10 Com exceção das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, o formato para apresentação do plano de comunicação publicitária deverá obedecer ao modelo padrão citado. Para efeito de avaliação e elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a licitante deverá apresentar uma campanha institucional simulada de acordo com o briefing, conforme Anexo, constante no Edital.

**5.10.11** Não será estabelecida, nessa etapa do certame, ordem de classificação entre as propostas apresentadas, o que somente ocorrerá após a realização do julgamento das propostas.

**5.10.12** O licitante tem a responsabilidade de apresentar proposta e documentos que comprovem sua qualificação, além de participar da sessão pública, respeitando as regras do edital;

**5.10.13** Incumbirá ao licitante entender o processo de julgamento e acompanhar ativamente todo o processo durante a sessão pública da Concorrência, ficando responsável pelo ônus decorrente da perda de negócios diante da inobservância de quaisquer informações durante o processo de análise e julgamento das propostas pela comissão julgadora;

## **5.11. DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

5.11.3. Os critérios de pontuação das Propostas Técnicas encontram-se no item 7.4 deste TR

5.11.4. Os documentos que comporão o plano de comunicação publicitária deverão ser apresentados de forma que não seja possível identificar a empresa realizadora do projeto, sendo que qualquer item que venha a identificar a empresa, tais como: nome, logomarca, etc., será eliminatório.



5.11.5. A comissão julgadora não terá nenhuma responsabilidade sobre elementos ou palavras que possam identificar a proposta do licitante.

5.11.6. Recomenda-se, portanto, o uso de palavras anonimizadas, utilizando como por ex.: O cliente, a empresa, o anunciante, etc. sem utilização de nomes próprios.

5.11.7 O formato para apresentação pelos proponentes da Proposta Técnica será padronizado. As especificações quanto ao seu tamanho, as quantidades e formas dos exemplos de peças e outros aspectos estão descritos nos respectivos itens seguintes.

5.11.8. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

5.12. - A Proposta Técnica deverá ser estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

| <b>Quesitos</b>                                     | <b>Subquesitos</b>   |
|---|--|
| I. Plano de Comunicação Publicitária                | a) Raciocínio Básico;<br>b) Estratégia de Comunicação Publicitária;<br>c) Ideia Criativa;<br>d) Estratégia de Mídia e Não Mídia. |
| II. Capacidade de Atendimento                       |  |
| III. Repertório                                     |  |
| IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |  |

5.13. A licitante entregará sua proposta técnica na forma do item 5.10.3.

**5.13.1. O Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada**, correspondente ao quesito I, deverá ser apresentado sob a forma definida no Briefing – Anexo do edital, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, observadas as seguintes disposições:

- a) em caderno único, com espiral preto, capa preta, lisa, em polipropileno
- b) contracapa em papel A4 branco, 90 g/m<sup>2</sup>, em branco.
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m<sup>2</sup>, orientação retrato.
- d) margens: de 3 cm a esquerda e 2 cm a direita, de 3 cm na parte superior e inferior com 2 cm, a partir da borda.
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos.
- f) espaçamento simples entre linha duplo.
- g) alinhamento justificado do texto.
- h) texto numeração, fonte Arial, tamanho 12, estilo normal. Não será permitida redação em caixa alta, e uso de fonte negrito e/ou sublinhada.
- i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em

algarismos arábicos, no canto inferior direito.

j) sem identificação da licitante.

#### **5.13.1.2 Subquesto:**

- **Raciocínio Básico:** apresentada sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m<sup>2</sup>, fonte Arial (normal), tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas e parágrafos de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, a licitante apresentará sua compreensão sobre o objeto da licitação, os desafios de comunicação a serem enfrentados, e as soluções propostas, de acordo com as informações prestadas no briefing,

- **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentada sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m<sup>2</sup>, fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela administração.

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

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

- **Estratégia de mídia e não mídia:** em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing (Anexo I), apresentada sob a forma de texto de no máximo 3 (três) laudas, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e veiculação. As tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo pode ser apresentados à parte, não tendo limite de páginas

A simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, deverá constar resumo geral contendo, no mínimo, as seguintes informações:

a) período de distribuição das peças e/ou material;

- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não-mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não-mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não-mídia.
- h) Nessa simulação:
  - i) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
  - ii) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
  - iii) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores

**5.13.2. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária** terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

**5.13.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, correspondente aos quesitos II, III e IV**

5.13.3.1. Os quesitos II, III e IV deverão ser apresentados de forma organizada, ficando vedado que os documentos, as informações e as peças neles constantes contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

5.13.3.2. O Quesito II - Capacidade de Atendimento: O presente quesito será composto de:

- a) Declarações ou atestados fornecidos por, no mínimo, 2 (dois) clientes, pessoas jurídicas de direito público ou privado, que tenham sido atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um dos clientes, bem como o tipo de assinado pelo representante legal da empresa contratante (cliente), admitida a assinatura por certificação digital;
- b) Qualificação, apresentação de no mínimo quatro profissionais, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência) que serão colocados à disposição para a execução do contrato, nas áreas de: direção de arte, redação, planejamento, atendimento, com formação, experiência e funções específicas

5.13.3.3. Quesito III - Repertório: A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, revista, jornal e outdoor como as respectivas

informações técnicas, na qual se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. As peças deverão conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação dos veículos que a divulgaram. A peça em vídeo deverá ser anexada como mídia digital nos formatos MP3 ou MP4; e o anúncio de revista ou jornal em original da publicação ou cópia reprográfica autenticada em tamanho e cor originais, página inteira, em PDF. Peça em mídia alternativa deve ser apresentada sob a forma de ilustração em PDF.

5.13.3.4. Quesito IV - Relato de Solução de problema de comunicação: Deverá ser apresentado 1 (um) case de um cliente da licitante relatando em, no máximo, 4 (quatro) laudas, a solução de comunicação encontrada, o qual deverá:

- a) ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

5.13.3.5 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 5.13.3.4. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

5.13.3.6. É permitida a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, as quais poderão ser apresentadas em formato digital, e não entrarão no cômputo do número de página de que trata o subitem 5.13.3.4.

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

5.13.3.8. Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propõe a resolver, a qual deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 5.13.3.4 para descrição do Relato.

#### 5.14. **DA PROPOTA DE PREÇO:**

5.14.1. A licitante deverá apresentar sua **PROPOSTA DE PREÇO** em envelope lacrado, na forma e requisitos indicados nos subitens a seguir:

- a) Modalidade e número da licitação;
- b) Razão social, CNPJ, inscrição estadual e municipal e endereço completo da proponente e qualificação do representante legal da empresa;
- c) A Proposta de Preço deverá ser elaborada, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia - SINAPRO/BA e os percentuais referentes aos

honorários sobre serviços de terceiros, nos termos abaixo.

**d)** As licitantes deverão observar ainda que:

I - Não será aceito desconto superior a 80% (oitenta por cento) sobre a Lista de Custos Internos do SINAPRO/BA, haja vista possível inexecutabilidade do Contrato Administrativo a ser firmado com a Prefeitura de Alagoinhas/BA;

II - Nos termos do subitem 8.2 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre:

a) serviços externos de produção;

b) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e/ou sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

III - Nos termos do subitem 8.2 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo;

IV - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

V - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VI - O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc.).

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

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

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

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

- i) Declaração de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros, que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação, serão de responsabilidade do licitante/contratado;
- j) Será desclassificada a proposta que exija faturamento mínimo;
- k) Não serão aceitas propostas que apresentem vantagens não previstas neste Edital, ou ainda aquelas que ofereçam preços ou vantagens baseadas em ofertas de outros licitantes;
- l) O Contratante não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à licitante considerar todos os custos diretos e indiretos, necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão de obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

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

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

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

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

## **6. ABERTURA DA SESSÃO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS**

6.1 A abertura da presente licitação dar-se-á em sessão pública, a qual se realizará na modalidade **CONCORRÊNCIA**, forma **PRESENCIAL**, tipo avaliação **TÉCNICA E PREÇO (MELHOR TÉCNICA E MAIOR DESCONTO PERCENTUAL)**, empreitada por preço **GLOBAL**, na data, horário e local indicados no Edital.

6.1.1. Os recebimentos dos ENVELOPES, serão exclusivamente **PRESENCIAL**.

6.2. O Agente de Contratação verificará as propostas apresentadas, desclassificando, desde logo, aquelas que não estejam em conformidade com os requisitos estabelecidos no Edital, contenham vícios insanáveis ou não apresentem as especificações técnicas exigidas no Termo de Referência, conforme artigo 59 da Lei nº 14.133/2021.

a) A desclassificação das propostas será sempre fundamentada, registrada e acompanhada em tempo real na presença de todos licitantes presentes à sessão pública da Concorrência;

b) A não desclassificação da proposta não impede o seu julgamento definitivo em sentido contrário, levado a efeito na fase de aceitação.

6.3. Em nenhuma hipótese serão recebidas propostas e documentação fora do prazo estabelecido no Edital

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

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

6.6. Para análise e julgamento das propostas, o mérito técnico terá peso de 70% (setenta por cento) e o mérito preço terá peso equivalente a 30% (trinta por cento) na nota total atribuída aos participantes.

6.6.1. As propostas técnicas serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 7 DESTE TERMO DE REFERÊNCIA.

6.6.2. No julgamento das propostas técnicas, será atribuída a licitante uma Nota Técnica (NT), com a seguinte formulação:  $NT = 100 \times PTL/MPT$ , em que:

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

6.6.3. As propostas de preço serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 8 DESTE EDITAL

6.6.4. A nota de preço (NP) será dada da seguinte forma:  $NP = 100 \times PPL/MPP$ , em que: NP = Nota de preço da licitante;

PPL = Pontuação de preço da licitante;

MPP = Máxima pontuação de preço observada dentre todas as licitantes.

6.6.5. A Subcomissão Técnica fará o cálculo da Nota Total Ponderada do licitante (NTP), observando-se a seguinte fórmula:  $NTP = 0,7 NT + 0,3 NP$ , em que:

NTP = Nota Total Ponderada da licitante; NT = Nota Técnica da licitante;

NP = Nota de Preço da licitante

## **7. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

7.1. Conforme disposto no artigo 10, §1º, da Lei Federal nº 12.232/2010, as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, a qual será constituída por meio de processo administrativo de Chamamento Público, onde pelo menos 03 (três) membros que deverão ser graduados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Alagoinhas/BA.

7.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente



cadastrados pela Secretaria Municipal de Comunicação de Alagoinhas/BA

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

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

**7.5.** As propostas técnicas serão julgadas pela subcomissão técnica composta através do Chamamento Público nº 001/2025, fundamentado nos critérios elencados nos itens anteriores.

### **7.5.1. QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

#### **7.5.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico**

- a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Alagoinhas/BA nos contextos social, político e econômico
- b) Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Alagoinhas/BA com seus públicos
- c) Das características da Prefeitura de Alagoinhas/BA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
- d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing

#### **7.5.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível
- b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Alagoinhas com seus diversos públicos
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação

#### **7.5.1.3. Subquesito 3 – Ideia Criativa**

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação
- b) Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA e à sua inserção na sociedade
- c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas

- d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos
- e) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação

**7.5.1.4. Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia**

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

**7.5.2. QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

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

**7.5.3. QUESITO 3 – REPERTÓRIO**

- a) A ideia criativa da peça apresentada;
- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;

**7.5.4. QUESITO 4 - RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**

- a) Apresentação estratégica do case na proposição da solução publicitária
- b) Solução de comunicação encontrada e contribuição do objetivo da comunicação
- c) Relatos apresentados

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

**7.7.** A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada atribuindo aos

quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

| <b>PROPOSTA TÉCNICA</b>                             |   |                  |                         |
|---|---|------------------|-------------------------|
| <b>QUESITOS</b>                                     |   |                  | <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b> |
| <b>QUESITO 1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b> |   |                  | <b>65</b>               |
| <b>SUBQUESITO</b>                                   |   | <b>PONTUAÇÃO</b> | <b>TOTAL</b>            |
| <b>1.1 RACIOCÍNIO BÁSICO</b>                        |   | <b>15</b>        |                         |
|   | Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Alagoinhas/BA nos contextos social, político e econômico  | 2                |                         |
|   | Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Alagoinhas/BA com seus públicos  | 3                |                         |
|   | Das características da Prefeitura de Alagoinhas/BA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária   | 5                |                         |
|   | O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing  | 5                |                         |
| <b>1.2 . ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b> |   | <b>15</b>        |                         |
|   | O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível    | 5                |                         |
|   | A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Alagoinhas com seus diversos públicos | 5                |                         |
|   | A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação  | 5                |                         |
| <b>1.3 . IDEIA CRIATIVA</b>                         |   | <b>20</b>        |                         |
|   | A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação   | 5                |                         |
|   | Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA e à sua inserção na sociedade  | 5                |                         |
|   | A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas   | 5                |                         |
|   | A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos  | 2                |                         |
|   | A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação   | 3                |                         |
| <b>1.4 . ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>        |   | <b>15</b>        |                         |
|   | A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios  | 5                |                         |
|   | O conhecimento dos hábitos de consumo de  | 5                |                         |

|  |   |    |            |
|--|---|----|------------|
|  | meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos  |    |            |
|  | O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças  | 5  |            |
|  | <b>QUESITO - 2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>   |    | <b>20</b>  |
|  | • <b>2.1. PROFISSIONAIS</b>   | 10 |            |
|  | A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante;       | 5  |            |
|  | A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações. | 5  |            |
|  | <b>2.2.- SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO</b>   | 10 |            |
|  | A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Alagoinhas   | 6  |            |
|  | As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida   | 4  |            |
|  | <b>QUESITO 3. REPERTÓRIO</b>  |    | <b>9</b>   |
|  | A ideia criativa da peça apresentada  | 5  |            |
|  | A clareza da exposição  | 2  |            |
|  | A qualidade da execução e do acabamento das peças   | 2  |            |
|  | <b>QUESITO 4.- RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO</b>   |    | <b>6</b>   |
|  | Apresentação estratégica do case na proposição da solução publicitária  | 2  |            |
|  | Solução de comunicação encontrada e contribuição do objetivo da comunicação   | 2  |            |
|  | Relatos apresentados  | 2  |            |
|  | <b>PONTUAÇÃO GERAL GLOBAL</b>   |    | <b>100</b> |

**7.8.** A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

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

**a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;**

- b) Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

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

**7.11.** A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório e Relato De Solução de Problema de Comunicação

**7.12.** Após a divulgação, em sessão pública, do resultado do julgamento das propostas técnicas, serão analisadas as propostas de preço das licitantes. Em seguida, serão examinados os documentos de habilitação do licitante classificado em primeiro lugar, com a maior pontuação técnica.

## **8. CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO**

**8.1.** A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços, obedecidos os limites impostos, da qual constarão os seguintes itens:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência do Sindicato da Agência de Propaganda do Estado da Bahia - SINAPRO/BA, em vigor, a ser concedido pela agência à Prefeitura de Alagoinhas/BA;
- b) Percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- c) Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pela Prefeitura de Alagoinhas/BA

**8.2.** A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

- a) Percentual de desconto sobre a Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, fixados no limite estabelecido nos quesitos de item 8.1.

| <b>PONTOS</b> | <b>PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS</b> |
|---------------|--|
| 50            | 80%  |
| 40            | De 65% a 79,99%  |
| 30            | De 40% a 64,99%  |
| 20            | De 30% a 39,99%  |

- b) Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados

prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinente à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias:

| PONTOS | PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS |
|--------|---|
| 25     | 10%   |
| 20     | 11%   |
| 18     | 12%   |
| 15     | 13%   |
| 12     | 14%   |
| 10     | 15%   |

c) Percentual de honorários, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

| PONTOS | PERCENTUAL DE HONORÁRIOS |
|--------|--------------------------|
| 25     | 5%                       |
| 20     | 6%                       |
| 18     | 7%                       |
| 15     | 8%                       |
| 12     | 9%                       |
| 10     | 10%                      |

8.3. A Pontuação de Preço da Licitante (PPL) será encontrada aplicando-se a fórmula

$PPL = D1 + D2 + D3$ , utilizando as seguintes correspondências:

PPL = Nota final da Proposta de Preço

**D1** - Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia;

**D2** - Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinente à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

**D3** - Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

8.4. A análise da Proposta de Preço será realizada com base nas informações da Proposta de Preço indicada no item 8.2 deste Edital;

8.5. Será desclassificada a proposta, que apresentar preço final superior ao preço máximo fixado

(Acórdão nº 1455/2018 - TCU - Plenário), ou que apresentar preço manifestamente inexequível.

8.5.1. Considera-se inexequível a proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração.

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

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

8.8. Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao

no mínimo, **vinte e quatro horas de antecedência**, e a ocorrência será registrada em ata.

8.9. O Agente de Contratação pode solicitar esses documentos por meio eletrônico e a licitante tem 24 horas para enviá-los, se for uma modalidade presencial, caso a licitante não cumpra esse prazo, a proposta poderá não ser aceita;

8.9.1. O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante solicitação formal, onde o licitante deve apresentar um documento formalizando o pedido de prorrogação ao Agente de Contratação, acompanhada de uma justificativa detalhada para a necessidade da prorrogação. Essa solicitação deve ser feita de forma presencial, o que significa que o licitante deve comparecer pessoalmente ao local onde o processo licitatório está sendo conduzido para apresentar a sua solicitação;

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

8.9.3. As licitantes deverão colocar à disposição da Administração todas as condições indispensáveis à realização de testes e fornecer, sem ônus, os manuais impressos em língua portuguesa, necessários ao seu perfeito manuseio, quando for o caso.

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

8.11. O Agente da Contratação proclamará o resultado da análise das Propostas de Preços, atribuindo a nota da Proposta de Preço – NP, que será considerada para o cálculo da Nota Total



Ponderada (NTP) da licitante, na forma prevista no item 6.6.3. deste Edital.

8.12. A nota final será calculada através do somatório das notas de proposta técnica e da proposta de preço, sendo a nota da proposta técnica com peso de 70% (setenta por cento) e a nota da proposta de preço com peso de 30% (trinta por cento), totalizando um percentual de 100% (cem por cento).

## **9. DA APURAÇÃO DE EVENTUAL DE SOBREPREÇO E ACEITAÇÃO DA PROPOSTA VENCEDORA**

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

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

9.3. A negociação será realizada presencialmente e poderá ser acompanhada pelos demais licitantes.

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

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

9.6. O Agente de Contratação deverá solicitar dos licitantes, o envio da proposta e, se necessário, dos documentos complementares, adequada à proposta ofertada, após a negociação de que trata este item.

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

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

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

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

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

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

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

9.10. Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao saneamento das propostas, o Agente de Contratação deve-se comunicar a suspensão aos participantes, registrar o motivo em ata e informar a nova data e horário para a retomada da sessão com antecedência mínima de **24h (vinte e quatro horas)**. A sessão será retomada a partir do ponto em que foi interrompida, sem refazer os atos já praticados.

9.11. O Agente de Contratação poderá convocar a licitante para entregar documento digital complementar, por meio por meio eletrônico, no prazo de até **24 (vinte e quatro) horas**, sob pena de não aceitação da proposta.

a) O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante apresentação formal de solicitação e justificativa por parte do licitante, antes de finalizar o prazo, a possibilidade e os procedimentos específicos para a prorrogação devem estar previstos no edital;

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

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

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

## **10. DO MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

### **Condições de Execução dos Serviços**

10.1. O prazo para início da execução dos serviços é de até 10 (dez) dias corridos, contados do recebimento da respectiva ordem de serviço.

10.2. Os serviços deverão ser executados no endereço informado em ordem de serviço pela secretaria demandante.

10.3. Os serviços serão recebidos provisoriamente por ocasião da sua efetiva entrega, pelo(a)

responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta.

10.4. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser refeitos/prestados novamente no prazo de 5 (cinco) dias corridos, a contar da notificação do contratado, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

10.5. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 5 (cinco) dias corridos, contados do recebimento provisório, após a verificação da qualidade, cumprimento das especificações e consequente aceitação mediante termo circunstanciado.

10.6. Na hipótese de a verificação a que se refere o subitem anterior não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo.

10.7. O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exclui a responsabilidade do contratado pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato.

10.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao Município, com exceção à compra de mídia:

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser justificada ao Município, por escrito, para decisão sobre a contratação.
- d) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

I. Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

II. Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

III. Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

e) Direitos Autorais - A contratada deve ceder ao Município de Alagoinhas os direitos autorais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de

publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.

f) Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

g) A contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, uso de imagem, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

## **11. DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

11.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

11.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

11.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

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

11.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

11.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

11.7. O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

11.7.1. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

11.7.2. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

11.7.3. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

11.7.4. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

11.7.5. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual

11.8. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário

11.8.1. Caso ocorram descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência;

11.9. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

11.9.1. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

11.9.2. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

11.9.3. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

11.9.4. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal,

conforme o caso.

11.10. O fiscal administrativo do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou prorrogação contratual.

11.11. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

**Nome completo do(a) Fiscal:** Anna Sena Grapiuna Barreto – Matrícula: 19895

**Nome Completo do Gestor do Contrato:** Paulo César Behrens Freire – Matrícula: 191701

## **12. DO CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO**

12.1. Recebimento do objeto: O objeto será recebido observando-se as disposições do art. 140 da Lei Federal nº 14.133/21.

12.2. O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da CONTRATANTE, a/c da CONTRATADA.

12.3. O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a CONTRATADA informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual ocorrerá em até 30 (trinta) dias, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:

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

12.5. Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

12.6. Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.

12.7. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados a SECOM a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato e a manifestação de aceitação do gestor contratual:

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

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

12.10. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

12.11. Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

12.13. A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento

12.14. Nenhum pagamento será efetuado sem a apresentação dos documentos exigidos, bem como enquanto não forem sanadas irregularidades eventualmente constatadas na nota fiscal, no fornecimento dos bens ou no cumprimento de obrigações contratuais.

12.15. Os pagamentos ficarão condicionados à prévia informação pelo credor, dos dados da conta-corrente bancária de titularidade do Contratado.

12.16. As notas fiscais devem ser emitidas em nome do Município Contratante, devendo constar ainda número da licitação e/ou contrato.

### **13. DA FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

13.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, Art. 6, inciso XXXVIII, "c", na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento TÉCNICA E PREÇO.

13.2. Para habilitação dos licitantes, serão exigidos os documentos necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, nos termos dos arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021.

13.3. Será exigida a apresentação dos documentos de habilitação apenas do licitante vencedor, nos termos do inciso I do art. 6º e inciso XI do art. 11 da Lei nº 12.232, de 2010.

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

#### **13.5. HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

13.5.1. No caso de empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

13.5.2. Em se tratando de microempreendedor individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio: [www.portaldoempreendedor.gov.br](http://www.portaldoempreendedor.gov.br);



13.5.3. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;

13.5.4. 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;

13.5.5. No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;

13.5.6. No caso de cooperativa: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 1971;

13.5.7. No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País: decreto de autorização;

13.5.8. Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

**13.6. REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:**

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

13.6.2. 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.

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

13.6.4. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a **justiça do trabalho**, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

13.6.5. Prova de regularidade junto à **Fazenda Estadual**, através da Certidão Negativa conjunta junto aos Tributos Estaduais, emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual onde a empresa for sediada;

13.6.6. Prova de regularidade junto à **Fazenda Municipal**, através da Certidão Negativa junto aos Tributos Municipais, emitida pela Secretaria da Fazenda Municipal onde a empresa for sediada;

13.6.7. Caso o licitante seja considerado isento dos tributos estaduais relacionados ao objeto

licitatório, deverá comprovar tal condição mediante declaração da Fazenda Estadual do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei;

13.6.8. Caso o licitante detentor do menor preço seja qualificado como microempresa ou empresa de pequeno porte deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de inabilitação.

13.6.9. A existência de restrição relativamente à regularidade fiscal e trabalhista não impede que a licitante qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte seja declarada vencedora, uma vez que atenda a todas as demais exigências do edital.

13.6.10. Caso a proposta mais vantajosa seja ofertada por licitante qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte, e uma vez constatada a existência de alguma restrição no que tange à regularidade fiscal e trabalhista, a mesma será convocada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, após a declaração do vencedor, comprovar a regularização. O prazo poderá ser prorrogado por igual período, a critério da administração pública, quando requerida pelo licitante, mediante apresentação de justificativa.

13.6.11. A não-regularização fiscal e trabalhista no prazo previsto no subitem anterior acarretará a inabilitação do licitante, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, sendo facultada a convocação dos licitantes remanescentes, na ordem de classificação. Se, na ordem de classificação, seguir-se outra microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa com alguma restrição na documentação fiscal e trabalhista, será concedido o mesmo prazo para regularização.

### **13.7. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

13.7.1. Certidão Negativa de Falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor, datado dos últimos 30 (trinta) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão.

13.7.2. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data da apresentação da proposta, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. A licitante apresentará, conforme o caso, publicação no Diário Oficial ou Jornal de Grande Circulação do Balanço ou cópia reprográfica das páginas do Livro Diário numeradas sequencialmente onde foram transcritos o Balanço e a Demonstração de Resultado, com os respectivos Termos de Abertura e Encerramento registrados na Junta Comercial e Certidão de Regularidade Profissional, emitida pelo Conselho Regional de Contabilidade em nome do contabilista responsável pela confecção do documento, ou no caso de empresas sujeitas à tributação com base no lucro real, o Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado emitido

através do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, contendo Recibo de Entrega do Livro, os Termos de Abertura, Encerramento e Autenticação, podendo este último ser substituído pela Etiqueta da Junta Comercial ou Órgão de Registro.

13.7.2.1 No caso de empresa recém-constituída (há menos de 01 (um) deverá apresentar o Balanço de Abertura devidamente registrado na Junta Comercial.

13.7.2.2 No caso de empresa constituída a menos de 02 (dois) anos, deverá apresentar Balanço patrimonial e demonstrações contábeis devidamente registrado na Junta Comercial apenas do último exercício.

13.7.2.3 Entende-se por “último exercício social já exigível” aquele para o qual já se esgotou o prazo para a apresentação do Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado para a Receita Federal.

13.7.3 A boa situação econômico-financeira da LICITANTE deverá ser demonstrada através dos seguintes índices dos 2 (dois) últimos exercícios sociais:

13.7.3.1 ILC = Índice de Liquidez Corrente maior ou igual a 1,00, calculado pela seguinte fórmula:

ILC =  $\frac{AC}{PC}$ , onde:

PC

AC = ATIVO CIRCULANTE

PC = PASSIVO CIRCULANTE

13.7.3.2 IEG = Índice de Endividamento Geral, menor ou igual a 0,8, calculado pela seguinte fórmula:

IEG =  $\frac{PC + ELP}{AT}$ , onde:

AT

PC = PASSIVO CIRCULANTE

ELP = EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

AT = ATIVO TOTAL

13.7.3.3 Os índices de que trata os subitens acima serão calculados pelo responsável da contabilidade, devendo conter a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade no documento de apresentação dos cálculos, preferencialmente assinada pelo seu representante legal ou responsável de contabilidade.

13.7.3.4 Se a informação do memorial de cálculo não conferir com os elementos constantes no Balanço Patrimonial, o licitante será inabilitado, independente da adoção das medidas legais cabíveis.

13.7.3.5 Caso conste no Balanço Patrimonial o cálculo de todos os índices solicitados no item 13.7.3, a declaração será dispensada.

13.7.3.6 No caso de empresa recém-constituída fica dispensada os índices solicitados na alínea 13.7.3.

13.7.3.7 O balanço referente ao último exercício encerrado deve estar acompanhado da publicação em Diário Oficial deste quando se tratar de Sociedade Anônima.

13.7.3.8 Os valores financeiros acima referidos poderão ser atualizados para a data da licitação pelo índice oficial (IGP-DI), devendo, neste caso ser apresentada a respectiva memória de cálculo.

13.7.3.9 Quando se tratar de empresa individual ou sociedade por cotas de responsabilidade limitada, a PMA se reservará o direito de exigir a apresentação do livro diário onde o balanço fiscal foi transcrito, para efeito de extração dos parâmetros para o julgamento e verificação dos valores apresentados e calculados pelos licitantes

#### **13.8. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:**

13.8.1. Comprovação de aptidão no desempenho de atividade pertinente e compatível em características com o objeto da licitação – Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado.

13.8.2. Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido junto ao Conselho Executivo das normas- Padrão – CENP (Parágrafo 1º do artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/10).

13.8.3. Apresentar Registro da LICITANTE na Associação Brasileira de Agências e Propaganda, e/ou no sindicato de classe no estado da matriz da LICITANTE. Caso inexistir o referido Sindicato, supre-se por declaração de registro da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

#### **13.9 DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

13.9.1 - O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados em Edital.

##### **13.9.2 Primeira Sessão**

13.9.2.1 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos em Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio da documentação exigida em Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições em Edital.

13.9.3. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só

será recebido pela Comissão Especial de Licitação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- d) estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido pela PMA.

13.9.4 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do subitem 13.9.2 a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

13.9.4.1 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio de publicação no Diário Oficial do Município.

13.9.4.2 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea “b” do subitem 13.9.4.1 adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

13.9.4.3 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº1 e nº3, a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

13.9.4.4 A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

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

13.9.4.6 Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade. Caso contrário a Comissão de Contratação divulgará o resultado das decisões, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

13.9.4.8 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea “a” do subitem 13.9.3 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

13.9.4.9 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

13.9.5 As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do subitem 4.2.13.10 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

### **13.9.6 Segunda Sessão**

13.9.6.1 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma disposta em Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme art. 165, I, L. 14.133/2021.

13.9.6.2 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

### **13.9.7 Terceira Sessão**

13.9.7.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme art. 165, I, L. 14.133/2021 na L. 14.133/2021.



### **13.9.8 Quarta Sessão**

13.9.8.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
  - e.1) que o resultado da habilitação será publicado com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme art. 165, I, L. 14.133/2021;
  - e.2) que será publicado o nome das licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

### **14. DA ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO, ACOMPANHADAS DOS PREÇOS UNITÁRIOS REFERENCIAIS, DAS MEMÓRIAS DE CÁLCULO E DOS DOCUMENTOS QUE LHE DÃO SUPORTE, COM OS PARÂMETROS UTILIZADOS PARA A OBTENÇÃO DOS PREÇOS E PARA OS RESPECTIVOS CÁLCULOS, QUE DEVEM CONSTAR DE DOCUMENTO SEPARADO E CLASSIFICADO;**

14.1 O custo estimado total da contratação é de R\$ 4.500.000,00 (quatro milhões e quinhentos mil reais).

14.2 A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela SECOM, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a SECOM,

conforme disposto no art. 15 da mesma lei. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais. Dessa forma, com vistas a identificar o valor adequado para a presente contratação, faz-se necessário considerar tanto o histórico dos valores aplicados pela SECOM nas contratações vigentes e anteriores, como identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, as novas necessidades de comunicação, advindas das atribuições absorvidas, na medida em que foram preservadas as competências institucionais da SECOM, relativas à sua atuação publicitária. Por outro lado, também é necessário considerar as ações supervenientes que devem ser atendidas pela SECOM, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade

## **15. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

### **15.1 São obrigações da Contratante:**

- 15.1.1 receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Edital e seus anexos;
- 15.1.2 verificar minuciosamente, no prazo fixado, a conformidade dos bens recebidos provisoriamente com as especificações constantes do Edital e da proposta, para fins de aceitação e recebimento definitivo;
- 15.1.3. comunicar à Contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas no objeto fornecido, para que seja substituído, reparado ou corrigido;
- 15.1.4. acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da Contratada, através de comissão/servidor especialmente designado; e
- 15.1.5. efetuar o pagamento à Contratada no valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo e forma estabelecidos no Edital e seus anexos;

15.2. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela Contratada com terceiros, ainda que vinculados à execução do presente Termo de Contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da Contratada, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

## **16. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

16.1 A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes no Edital, seus anexos e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto e, ainda:

- 16.1.1 efetuar a entrega do objeto em perfeitas condições, conforme especificações, prazo e local constantes no Termo de Referência e seus anexos, acompanhado da respectiva nota fiscal.

16.1.2 responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com os artigos 12,13 e 17 a 27, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990);

16.1.3 substituir, reparar ou corrigir, às suas expensas, no prazo fixado neste Termo de Referência, o objeto com avarias ou defeitos;

16.1.4 comunicar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;

16.1.5 manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

16.1.6 Comprometer-se em ter e manter, após contratada, equipe de atendimento e equipe de criação e produção necessária para cumprimento do objeto da licitação, com estrutura suficiente para atender às necessidades administrativas e de atendimento com alocação dos perfis necessários, dimensionados de acordo com a demanda de comunicação aprovada pela Contratante.

16.1.7 Realizar reuniões periódicas, na sede da CONTRATANTE, com o gestor do contrato e a equipe da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA, visando ao aprimoramento e à eficiência dos serviços prestados, formalizando em ata o conteúdo das reuniões.

16.1.8 O agendamento de reuniões por parte da CONTRATANTE pode ocorrer com até 4 horas de antecedência. A contratada deve ter estrutura para atender, presencialmente, a todas as solicitações de reuniões.

16.1.9 O Contratado deve se responsabilizar pelas despesas dos tributos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas, fretes, seguros, deslocamento de pessoal, prestação de garantia e quaisquer outras que incidam ou venham a incidir na execução do contrato.

16.1.10 A prestação dos serviços e o cumprimento dos prazos deverão ser registrados por e-mail ou documentos impressos com ciência de ambas as partes.

16.1.11 Substituir, de imediato, sempre que exigido pela CONTRATANTE e independentemente de apresentação de motivos, qualquer profissional cuja atuação, permanência ou comportamento sejam prejudiciais, inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do serviço público.

16.1.12 Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização por parte do gestor designado pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA para acompanhamento da execução do contrato, prestando-lhe os esclarecimentos solicitados e atendendo as reclamações formuladas.

16.1.13 Sem prejuízo das disposições legais, compete à CONTRATADA o cumprimento das responsabilidades previstas no edital, além de ficar obrigada ao que se segue.

a) Guardar sigilo absoluto sobre as informações que vier a ter conhecimento por força da contratação.

b) Realizar os serviços para os quais foi contratada de acordo com o estabelecido no termo de

referência e em observância às recomendações aceitas pela boa técnica e às normas e legislação.

c) Manter os técnicos responsáveis pela prestação dos serviços devidamente identificados por crachás quando em trabalho nas instalações da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

d) Assumir inteira responsabilidade civil e administrativa por quaisquer danos e prejuízos, materiais e/ou pessoais, causados por seus empregados à Contratante ou a terceiros.

e) Assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica em acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados em serviço, ou em conexão com eles, ainda que ocorrido nas dependências da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

f) Responsabilizar-se por eventuais ônus decorrentes do inadimplemento de quaisquer obrigações com terceiros.

g) Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus técnicos durante a execução dos serviços, ainda que nos recintos da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

h) Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados.

16.1.14 Os profissionais necessários para a prestação dos serviços deverão estar sob responsabilidade da CONTRATADA e em conformidade com a legislação trabalhista vigente.

16.1.15 Também constituem responsabilidade da CONTRATADA os pagamentos dos encargos sociais previstos na legislação vigente e de quaisquer outros, em decorrência da sua condição de empregadora, sem nenhuma solidariedade da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

16.1.16 Caberá ainda à CONTRATADA indicar um preposto responsável pelo contrato, que deverá atuar como se segue.

a) Atuar em todas as etapas e fases da campanha, avaliando o seu desenvolvimento e promovendo ações que assegurem o cumprimento dos resultados contratados.

b) Prestar apoio técnico aos componentes de sua equipe.

c) Responder pela gestão de seus técnicos, coordenando as tarefas executadas.

d) Garantir a qualidade nas tarefas compatíveis com os padrões e normas utilizadas e definidos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA através dos indicadores de níveis de serviço.

e) Repassar o conhecimento necessário para a execução das tarefas previamente negociadas aos técnicos por ela alocados, que venham a desempenhá-las.

f) Garantir nos prazos acordados a entrega/transmissão dos serviços.

g) Resolver conflitos, em conjunto com a equipe especializada da PREFEITURA MUNICIPAL DE

ALAGOINHAS/BA.

16.1.17 A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

16.1.18 A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e implica a atuação da AGÊNCIA por conta e ordem do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

16.1.19 O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS deverá ser previamente identificado na contratação de veículos de divulgação.

16.1.20 Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

16.1.21 Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

16.1.22 As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo a AGÊNCIA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

16.1.23 A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

16.1.24 Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

Enviar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

16.1.25 Pertencem ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

16.1.26 A AGÊNCIA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que

os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

16.1.27 . Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

16.1.28 Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, com exceção à compra de mídia:

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser previamente justificada ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, por escrito, para decisão sobre a contratação.

16.1.29 Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

- a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
- c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

16.1.30 Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a AGÊNCIA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

16.1.31 O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

- a) Se e quando julgar conveniente, o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

16.1.32 Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio,

mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

16.1.33 Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS

16.1.34 Disponibilizar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

16.1.35 Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS

16.1.36 Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

16.1.37 Elaborar, sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

16.1.38 Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.

16.1.39 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto lícito, 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.

16.1.40 Sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

16.1.41 A AGÊNCIA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

16.1.42 Havendo condenação contra o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

16.1.43 Manter acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

16.1.44 A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos



serviços objeto desta licitação.

16.1.45 A empresa vencedora deverá ter 1 (um) profissional para o setor de atendimento exclusivo, em ALAGOINHAS – BAHIA.

## **17. DO REAJUSTE**

17.1. Os preços são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas.

17.2. Dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da contratada, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, aplicando-se o IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

17.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

17.4. No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Fica a CONTRATADA obrigada a apresentar memória de cálculo referente ao reajustamento de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

17.5. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

17.6. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

17.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

## **18. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

18.1. O licitante e o contratado que incorram em infrações sujeitam-se às sanções administrativas previstas no art. 156 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, sem prejuízo de eventuais implicações penais nos termos do que prevê o Capítulo II-B do Título XI do Código Penal.

## **19. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

19.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral do Município.

19.2. A dotação orçamentária utilizadas serão as relacionadas abaixo:

| <b>U.O.</b> | <b>Ação</b> | <b>Elemento de Despesa</b> | <b>Fonte de Recurso</b> |
|-------------|-------------|----------------------------|-------------------------|
| SECOM       | 2.012       | 3.3.90.39                  | 500                     |
| SECOM       | 2.012       | 3.3.90.39                  | 500                     |

|       |       |           |      |
|-------|-------|-----------|------|
| SECOM | 2.012 | 3.3.90.39 | 753. |
| SESAU | 2.022 | 3.3.90.39 | 500  |
| SESAU | 2.022 | 3.3.90.39 | 600  |
| SESAU | 2.012 | 3.3.90.39 | 500  |
| SEDUC | 2.012 | 3.3.90.39 | 500  |
| SEDES | 2.226 | 3.3.90.39 | 660  |

**ANEXO II**  
**BRIEFING – CAMPANHA TESTE**

## **1. INTRODUÇÃO**

Alagoinhas é uma cidade em expansão, com população estimada em **160.662 habitantes** (IBGE 2). Localizada estrategicamente na Bahia, ela reúne três forças que a tornam única: **riqueza natural, potência industrial e identidade cultural forte**. Trata-se de um município com alma interiorana, mas vocação metropolitana. Uma cidade que preserva suas tradições e, ao mesmo tempo, se posiciona como um dos novos polos econômicos mais promissores do Nordeste.

Este briefing tem como objetivo apresentar os fundamentos estratégicos da nova campanha institucional da cidade. O foco é atrair investimentos, valorizar a marca “Alagoinhas” em nível regional e, ao mesmo tempo, **gerar orgulho em seus moradores** — que serão peças-chave para amplificar a mensagem da campanha.

## **2. CONTEXTO E POTENCIAIS DA CIDADE**

### **2.1. Um diferencial natural: a melhor água do Brasil**

Alagoinhas abriga a água mais pura do país, o que a transformou no maior polo de bebidas da Bahia. Essa vantagem natural atraiu indústrias nacionais e multinacionais, especialmente do setor cervejeiro, formando um ecossistema robusto que inclui:

- Fábricas de bebidas (nacionais e internacionais)
- Indústrias de latas, tampas, rótulos e engradados
- Centros logísticos e de distribuição

### **2.2. Um polo diversificado**

Além do setor de bebidas, Alagoinhas também se destaca por:

- **Citricultura** em escala de exportação
- **Produção de eucalipto** para papel e celulose
- Uma das maiores **jazidas de argila** da região
- Atuação no setor de **petróleo e gás**
- **Mão de obra qualificada**, com rede de ensino técnico e profissionalizante

### **2.3. Localização estratégica**

A cidade está posicionada entre grandes centros de circulação e influência econômica do estado:

- 108 km de Salvador
- 120 km de Feira de Santana
- Próxima a Camaçari, Aracaju e à Linha Verde
- Excelente conectividade logística e rodoviária

## 2.4. Reconhecimento nacional

De acordo com o ranking “As Melhores Cidades para Fazer Negócios”, elaborado pela Urban Systems e publicado pela Revista Exame, Alagoinhas está entre as 100 melhores cidades do Brasil para investir — ocupando a 1ª colocação entre os municípios baianos, à frente de Salvador e Feira de Santana.

## 3. OBJETIVO DA CAMPANHA

### **Transformar a percepção sobre Alagoinhas.**

A campanha tem como missão posicionar a cidade como um território de oportunidades econômicas, sociais e culturais — pronta para crescer, acolher, produzir, gerar valor e surpreender.

Mais do que uma ação publicitária, trata-se de um movimento de afirmação da cidade no cenário do Norte e Nordeste.

### **Objetivos específicos:**

- Atrair novos investidores, empresas e empreendimentos.
- Despertar o interesse turístico e o reconhecimento de Alagoinhas como destino.
- Gerar sentimento de pertencimento, orgulho e engajamento entre os moradores.
- Apresentar a cidade como símbolo de modernidade, planejamento e vocação para o futuro.

## 4. PÚBLICO-ALVO

- **Empresários, investidores e empreendedores** das regiões Sudeste, Sul e Nordeste, com interesse nos setores de bebidas, logística, agronegócio, construção civil, educação, tecnologia e turismo.
- **Turistas em busca das grandes festas e eventos da cidade**, como o **Bahia Beer** (festival de cerveja), o tradicional **São João de Alagoinhas**, eventos religiosos de grande mobilização popular e **eventos esportivos** que movimentam a região.
- **Moradores de Alagoinhas**, em especial juventude urbana, lideranças comunitárias, comerciantes, produtores culturais e população economicamente ativa.

## 5. DIRETRIZES DE IMPLEMENTAÇÃO

**Duração da campanha:** 30 dias

**Alcance territorial:** Bahia e região Nordeste

**Canais sugeridos:** Ficam a critério da agência, respeitando os objetivos estratégicos definidos neste briefing e o alcance desejado para os públicos-alvo. A agência deve propor a melhor combinação de canais pagos, estratégias digitais e ativação regional.

**Canais institucionais disponíveis (não mídia):** A Prefeitura de Alagoinhas dispõe de canais oficiais com grande alcance e engajamento, que podem e devem ser utilizados como reforço à campanha, sem custo de veiculação. São eles:

- **Instagram**
- **Facebook oficial**
- **Canal no YouTube**
- **Site institucional**
- **Canal de WhatsApp**

Esses canais oferecem espaço para conteúdos editoriais, vídeos, cards, bastidores e outras peças da campanha, ampliando o engajamento comunitário e a visibilidade regional sem comprometer a verba de mídia.

## **6. VERBA DISPONÍVEL**

O orçamento total da campanha é de **R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**, a ser utilizado **exclusivamente para produção de peças e veiculação em mídia paga**.

## **7. OBSERVAÇÃO FINAL**

Este briefing apresenta um recorte estratégico e informativo sobre o município de Alagoinhas. No entanto, **as agências participantes devem realizar pesquisas complementares**, aprofundar dados relevantes e propor soluções criativas que considerem a complexidade, a diversidade e o potencial da cidade.

**ANEXO III**

**ORÇAMENTO ESTIMADO EM PLANILHAS**

| ITEM  | DESCRIÇÃO   | UF  | QUANT | VALOR ESTIMADO PARA 12 MESES |
|---|---|-----|-------|------------------------------|
| 01  | CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DE MAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL | UND | 01    | <b>R\$ 4.500.000,00</b>      |
| <b>VALOR TOTAL ESTIMADO: quatro milhões e quinhentos mil reais.</b> |   |     |       | <b>R\$ 4.500.000,00</b>      |

**ANEXO IV**

**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

Alagoinhas, xxxx de xxxx de 2025

À

Prefeitura Municipal de Alagoinhas - Bahia

At.: AGENTE DE CONTRATAÇÃO

Concorrência Presencial nº 001/2025

Sra. AGENTE DE CONTRATAÇÃO

Atendendo à solicitação desta conceituada Prefeitura, a empresa....., CNPJ nº ....., situada na ....., vem apresentar a sua Proposta de Preço para a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL**, conforme detalhamento nos quadros a seguir:

| ITEM                | DESCRIÇÃO   | UF  | QUANT | VALOR TOTAL |
|---------------------|---|-----|-------|-------------|
| 01                  | CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO , A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO , A CRIAÇÃO , A EXECUÇÃO INTERNA , A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO , DE DIFUNDIR IDEIAS , PRINCÍPIOS , INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL | UND | 1     |             |
| <b>VALOR TOTAL:</b> |   |     |       |             |



O valor da Proposta de Preço acima referenciada e abaixo discriminada é de xxxxxxxxxx  
(xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx).

Prazo de validade da proposta: 60 (sessenta) dias.

Atenciosamente,

Carimbo de CNPJ e assinatura do representante legal

**ANEXO V**

**MODELO DE DECLARAÇÃO UNIFICADA**

À

Prefeitura Municipal de Alagoinhas - Bahia

At.: AGENTE DE CONTRATAÇÃO

**Ref.: Concorrência Presencial nº 001/2025**

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, sediada \_\_\_\_\_, **DECLARA** que:

- a)** Cumpre o disposto no inc. XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, para fins de atendimento do inciso VI do art. 68, da Lei nº 14.133/21;
- b)** Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- c)** Não incorre nas condições impeditivas do art. 14 da Lei Federal nº 14.133/21;
- d)** Atende aos requisitos de habilitação, declarando que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (em atendimento ao inciso I do art. 63 da Lei nº 14.133/2021);
- e)** Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, conforme artigo 63, IV da lei 14.133/2021
- f)** No ano calendário de realização da licitação, ainda não foram celebrados contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte (somente para microempresas e às empresas de pequeno porte)
- g)** Suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, conforme art. 63, IV § 1º da lei 14.133/2021.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Representante Legal.

**ANEXO VI**

**DECLARAÇÃO DE DADOS DO REPRESENTANTE LEGAL PARA ASSINATURA DO**  
**CONTRATO**  
**(FACULTADO)**

**Ref.: Concorrência Presencial nº 001/2025**

Dados da empresa

Nome:

CNPJ:

Endereço:

Telefone:

E-mail:

Dados do representante para assinatura do contrato

Nome:

Qualificação:

CPF:

RG:

Vínculo:

Endereço:

E-mail:

Telefone:

**Assinatura do Responsável pela Empresa**

(Nome Legível/Cargo/Carimbo do CNPJ)

**Local e data**

**ANEXO VII**  
**MINUTA DO CONTRATO**

CONTRATO QUE ENTRE SI FAZEM, DE UM LADO, MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, E, DO OUTRO, \_\_\_\_\_.

O **MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS**, Pessoa Jurídica de Direito Público Interno, com sede a Praça Graciliano de Freitas, s/n, Alagoinhas - BA, inscrito no CNPJ sob número 13.646.005/0001-38, doravante denominado CONTRATANTE, neste ato representado pelo xxxxxxxxx, o Sr. xxxxxxxxxxxxxx, e a \_\_\_\_\_, inscrito no CNPJ sob nº \_\_\_\_\_ situada à \_\_\_\_\_, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por \_\_\_\_\_, celebram o presente contrato decorrente da **Concorrência Presencial nº 001/2025**, contido do **processo administrativo nº 9371/2025** e regido pela Lei Federal nº 14.133 de 01 de Abril de 2021 e pelo Decreto Municipal nº 6.100/2024 e se comprometem a observar as condições contidas nas cláusulas seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

**1.1.** O objeto do presente Contrato é a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL**, conforme especificações e quantitativos estabelecidos no Edital da Concorrência identificado no preâmbulo e na proposta vencedora, os quais integram este instrumento, independente de transcrição.

**1.2.** Discriminação do objeto:

| FORNECEDOR (RAZÃO SOCIAL, CNPJ, ENDEREÇO, CONTATOS, REPRESENTANTES) |           |     |     |          |       |
|---|-----------|-----|-----|----------|-------|
| ITENS   | DESCRIÇÃO | UND | QTD | VLR.UNIT | TOTAL |

**1.3.** A CONTRATADA obriga-se a aceitar, quando solicitado pela Administração, nas mesmas condições e dentro do prazo contratual estabelecido, os acréscimos ou supressões que se fizer nas compras de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, e as supressões resultantes de acordo celebrados entre as partes, na forma do Art. 125 da Lei Federal nº 14.133/2021.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA**

**2.1.** Este Contrato terá vigência pelo prazo de **12 (doze) meses**, contados a partir da sua assinatura, prorrogáveis nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**3.1** A **CONTRATADA** se obriga a:

- a)** Disponibilizar o objeto descrito na Cláusula Primeira deste contrato, nos prazos, condições estabelecidas no edital Concorrência nº **001/2025**, no local e tempo requeridos, mediante requisições do preposto autorizado;
- b)** Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes no Edital, seus anexos e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto e, ainda:
- c)** efetuar a entrega do objeto em perfeitas condições, conforme especificações, prazo e local constantes no Termo de Referência e seus anexos, acompanhado da respectiva nota fiscal.
- d)** responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com os artigos 12,13 e 17 a 27, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990);
- e)** substituir, reparar ou corrigir, às suas expensas, no prazo fixado neste Termo de Referência, o objeto com avarias ou defeitos;
- f)** comunicar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;
- g)** manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- h)** Comprometer-se em ter e manter, após contratada, equipe de atendimento e equipe de criação e produção necessária para cumprimento do objeto da licitação, com estrutura suficiente para atender às necessidades administrativas e de atendimento com alocação dos perfis necessários, dimensionados de acordo com a demanda de comunicação aprovada pela Contratante.
- i)** Realizar reuniões periódicas, na sede da CONTRATANTE, com o gestor do contrato e a equipe da Prefeitura Municipal de Alagoins/BA, visando ao aprimoramento e à eficiência dos serviços prestados, formalizando em ata o conteúdo das reuniões.
- j)** O agendamento de reuniões por parte da CONTRATANTE pode ocorrer com até 4 horas de antecedência. A contratada deve ter estrutura para atender, presencialmente, a todas as solicitações de reuniões.
- k)** O Contratado deve se responsabilizar pelas despesas dos tributos, encargos trabalhistas,

previdenciários, fiscais, comerciais, taxas, fretes, seguros, deslocamento de pessoal, prestação de garantia e quaisquer outras que incidam ou venham a incidir na execução do contrato.

**l)** A prestação dos serviços e o cumprimento dos prazos deverão ser registrados por e-mail ou documentos impressos com ciência de ambas as partes.

**m)** Substituir, de imediato, sempre que exigido pela CONTRATANTE e independentemente de apresentação de motivos, qualquer profissional cuja atuação, permanência ou comportamento sejam prejudiciais, inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do serviço público.

**n)** Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização por parte do gestor designado pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA para acompanhamento da execução do contrato, prestando-lhe os esclarecimentos solicitados e atendendo as reclamações formuladas.

**o)** Sem prejuízo das disposições legais, compete à CONTRATADA o cumprimento das responsabilidades previstas no edital, além de ficar obrigada ao que se segue.

**p)** Guardar sigilo absoluto sobre as informações que vier a ter conhecimento por força da contratação.

**q)** Realizar os serviços para os quais foi contratada de acordo com o estabelecido no termo de referência e em observância às recomendações aceitas pela boa técnica e às normas e legislação.

**r)** Manter os técnicos responsáveis pela prestação dos serviços devidamente identificados por crachás quando em trabalho nas instalações da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

**s)** Assumir inteira responsabilidade civil e administrativa por quaisquer danos e prejuízos, materiais e/ou pessoais, causados por seus empregados à Contratante ou a terceiros.

**t)** Assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica em acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados em serviço, ou em conexão com eles, ainda que ocorrido nas dependências da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

**u)** Responsabilizar-se por eventuais ônus decorrentes do inadimplemento de quaisquer obrigações com terceiros.

**v)** Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus técnicos durante a execução dos serviços, ainda que nos recintos da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

**w)** Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados.

**x)** Os profissionais necessários para a prestação dos serviços deverão estar sob responsabilidade da CONTRATADA e em conformidade com a legislação trabalhista vigente.

**y)** Também constituem responsabilidade da CONTRATADA os pagamentos dos encargos

sociais previstos na legislação vigente e de quaisquer outros, em decorrência da sua condição de empregadora, sem nenhuma solidariedade da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

**z)** Caberá ainda à CONTRATADA indicar um preposto responsável pelo contrato, que deverá atuar como se segue.

**aa)** Atuar em todas as etapas e fases da campanha, avaliando o seu desenvolvimento e promovendo ações que assegurem o cumprimento dos resultados contratados.

**bb)** Prestar apoio técnico aos componentes de sua equipe.

**cc)** Responder pela gestão de seus técnicos, coordenando as tarefas executadas.

**dd)** Garantir a qualidade nas tarefas compatíveis com os padrões e normas utilizadas e definidos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA através dos indicadores de níveis de serviço.

**ee)** Repassar o conhecimento necessário para a execução das tarefas previamente negociadas aos técnicos por ela alocados, que venham a desempenhá-las.

**ff)** Garantir nos prazos acordados a entrega/transmissão dos serviços.

**gg)** Resolver conflitos, em conjunto com a equipe especializada da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

**hh)** A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

**ii)** A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e implica a atuação da AGÊNCIA por conta e ordem do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

**jj)** O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS deverá ser previamente identificado na contratação de veículos de divulgação.

**kk)** Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

**ll)** Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

**mm)** As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo a AGÊNCIA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

**nn)** A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e



dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

**oo)** Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

**pp)** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

**qq)** Pertencem ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

**rr)** A AGÊNCIA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

**ss)** Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

**tt)** Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, com exceção à compra de mídia:

1. Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
2. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
3. A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser previamente justificada ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, por escrito, para decisão sobre a contratação.

**uu)** Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

1. Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
2. Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

3. Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

**vv)** Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a AGÊNCIA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

**ww)** O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

1. Se e quando julgar conveniente, o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

**xx)** Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

**yy)** Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS

**zz)** Disponibilizar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

**aaa)** Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS

**bbb)** Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

**ccc)** Elaborar, sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

**ddd)** Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.

**eee)** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, 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.

**fff)** Sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

**ggg)** A AGÊNCIA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

**hhh)** Havendo condenação contra o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

**iii)** Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

**jjj)** A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

**kkk)** A empresa vencedora deverá ter 1 (um) profissional para o setor de atendimento exclusivo, em ALAGOINHAS – BAHIA.

**PARÁGRAFO ÚNICO** – Ficarão a cargo da **CONTRATADA**, todas as despesas e custos decorrentes da execução do contrato, bem como dos tributos, obrigações trabalhistas e sociais, seguro se todos os demais custos diretos e indiretos, necessários à execução do objeto desta Licitação.

#### **CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

**4.1** O **CONTRATANTE** se obriga a:

- a)** Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;
- b)** Comunicar à Contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas no objeto fornecido, para que seja substituído, reparado ou corrigido;
- c)** Acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da Contratada, através de comissão/servidor especialmente designado;

- d) Notificar a Contratada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se que as soluções por ela propostas sejam as mais adequadas;
- e) Efetuar o pagamento à Contratada o valor resultante da prestação do serviço, no prazo e condições estabelecidas neste Termo de Referência, observada a ordem cronológica para cada fonte diferenciada de recursos, nos termos do art. 141 da Lei nº 14.133/2021;
- f) Não praticar atos de ingerência na administração da Contratada;
- g) A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela Contratada com terceiros, ainda que vinculados à execução do presente Termo de Contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da Contratada, de seus empregados, prepostos ou subordinados.
- h) receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Edital e seus anexos;
- i) verificar minuciosamente, no prazo fixado, a conformidade dos bens recebidos provisoriamente com as especificações constantes do Edital e da proposta, para fins de aceitação e recebimento definitivo;

#### **CLÁUSULA QUINTA – DO PAGAMENTO**

**5.1.** O valor do presente contrato é de R\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), constante da proposta integrante da licitação **Concorrência nº 001/2025**, aceito pela **CONTRATANTE**, entendido este como preço justo e suficiente para a total prestação de serviços objeto deste instrumento.

**5.2.** O pagamento será efetuado pela Administração para a empresa a ser contratada da seguinte forma: mensalmente, conforme fornecimento, **exclusivamente através de crédito em conta especificada pelo credor e mantida em instituição financeira indicada pela SEFAZ (conforme Decreto Municipal nº 4.914/2018)**.

**5.3.** Os pagamentos serão efetuados de acordo com o estabelecido no Decreto Municipal nº 6.101/2024, devendo ser obedecida a ordem cronológica de pagamentos de obrigações de natureza contratual e onerosa firmados pela Administração Pública, devendo cada unidade gestora manter listas consolidadas de credores, classificadas por fonte diferenciada de recursos e organizadas pela ordem cronológica de antiguidade dos referidos créditos liquidados. Os credores de obrigações de baixo valor serão ordenados separadamente, por fonte diferenciada de recursos, em lista classificatória especial de pequenos credores. Consideram-se de baixo valor as obrigações decorrentes de contratos de compras e serviços cujo valor contratado, correspondente a todas as parcelas previstas ou estimadas, não ultrapassem o limite do inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 01 de abril de 2021.

**5.4.** O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a CONTRATADA informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito,

o qual ocorrerá em até 30 (trinta) dias, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:

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

**5.4.2.** Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

**5.4.3.** Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.

**5.5.** Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados a SECOM a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato e a manifestação de aceitação do gestor contratual:

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

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

**5.6.** A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

**5.7.** Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

**5.9.** A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

**5.10.** Nenhum pagamento será efetuado sem a apresentação dos documentos exigidos, bem como enquanto não forem sanadas irregularidades eventualmente constatadas na nota fiscal, no fornecimento dos bens ou no cumprimento de obrigações contratuais.

**5.11.** Os pagamentos ficarão condicionados à prévia informação pelo credor, dos dados da conta-corrente bancária de titularidade do Contratado.

**5.12.** As notas fiscais devem ser emitidas em nome do Município Contratante, devendo constar ainda número da licitação e/ou contrato.

**5.13.** As liquidações deverão serem realizadas a partir da data do cumprimento da obrigação contratual ou do transcurso de etapa ou de parcela, desde que previsto e autorizado o parcelamento da prestação, em conformidade com o cronograma de execução e o cronograma financeiro, e seguirá o fluxo do organograma estabelecido no Decreto.

**5.14.** Ocorrendo qualquer situação que impeça a certificação do adimplemento da obrigação ou quando o contratado for notificado para sanar as ocorrências relativas à execução do contrato ou à documentação apresentada, a respectiva cobrança perante a unidade administrativa contratante será tornada sem efeito, com a consequente exclusão da lista classificatória de credores. O fornecedor será reposicionado na lista classificatória a partir da regularização das falhas e/ou, caso seja necessário, da emissão de novo documento fiscal, momento em que será reiniciada a contagem dos prazos de liquidação e pagamento disponíveis à unidade administrativa contratante. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto a dimensão, qualidade e quantidade, a parcela incontroversa deverá ser liberada no prazo previsto para pagamento.

**5.15.** No âmbito de cada unidade gestora, o pagamento das despesas orçamentárias será efetuado após expedição da ordem de pagamento a que se refere o art. 64 da Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964, respeitada a ordem cronológica das exigibilidades, classificada por fonte diferenciada de recursos, subdividida nas seguintes categorias de contratos:

- I - fornecimento de bens;
- II - locações;
- III - prestação de serviços;
- IV - realização de obras.

**5.16.** Não serão pagos créditos, ainda que certificados, enquanto houver outro mais bem classificado, custeado pela mesma fonte de recursos, ainda que seja originário de exercício encerrado.

**5.17.** Havendo créditos certificados e não pagos em virtude de mora exclusiva da Administração Pública na certificação de obrigação mais bem classificada, o setor competente adotará as providências necessárias à regularização do fluxo de pagamentos.

**5.18.** Havendo recursos disponíveis para solver obrigação de natureza contratual e onerosa que esteja na ordem de classificação é vedado o pagamento parcial de crédito.

**5.19.** O pagamento parcial será permitido se houver indisponibilidade financeira para o pagamento integral, hipótese em que o saldo a pagar permanecerá na mesma ordem de classificação.

**5.20.** Na data da apresentação da fatura o contratado deverá estar de posse, em plena vigência, da certidão negativa de débito com a seguridade social (CND), da CNDT e da certidão de

regularidade com o FGTS, além das certidões de regularidade com os tributos municipal, estadual e federal, sob pena de não pagamento.

**CLÁUSULA SEXTA - CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:**

6.1 O prazo para início da execução dos serviços é de até 10 (dez) dias corridos, contados do recebimento da respectiva ordem de serviço.

6.2 Os serviços deverão ser executados no endereço informado em ordem de serviço pela secretaria demandante.

6.3 Os serviços serão recebidos provisoriamente por ocasião da sua efetiva entrega, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta.

6.4 Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser refeitos/prestados novamente no prazo de 5 (cinco) dias corridos, a contar da notificação do contratado, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

6.5 Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 5 (cinco) dias corridos, contados do recebimento provisório, após a verificação da qualidade, cumprimento das especificações e consequente aceitação mediante termo circunstanciado.

6.6 Na hipótese de a verificação a que se refere o subitem anterior não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo.

6.7 O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exclui a responsabilidade do contratado pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato.

6.8 Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao Município, com exceção à compra de mídia:

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser justificada ao Município, por escrito, para decisão sobre a contratação.
- d) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:



- I. Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
  - II. Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
  - III. Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.
- e) Direitos Autorais - A contratada deve ceder ao Município de Alagoinhas os direitos autorais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.
- f) Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.
- g) A contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, uso de imagem, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

### **CLÁUSULA SÉTIMA – REAJUSTE E ALTERAÇÕES**

- 7.1.** Os preços são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas.
- 7.1.1.** Dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da contratada, os preços contratados poderão sofrer reajustes após o interregno de um ano, aplicando-se o índice setorial compatível exclusivamente para as obrigações **iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade**.
- 7.2.** Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do art. 124 da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 7.3.** A CONTRATADA é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.
- 7.4.** As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.
- 7.5.** Dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da contratada, os preços

contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, aplicando-se o IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo.

**7.6.** Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

**7.7.** No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Fica a CONTRATADA obrigada a apresentar memória de cálculo referente ao reajustamento de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

**7.8.** Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

**7.9.** Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

**7.10.** Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

#### **CLÁUSULA OITAVA – DA CESSÃO, TRANSFERÊNCIA OU SUBCONTRATAÇÃO**

**8.1.** O presente contrato não poderá ser objeto de cessão, transferência ou subcontratação, no todo ou em parte, sem prévia e expressa autorização do **CONTRATANTE**, sob pena de imediata caducidade.

#### **CLÁUSULA NONA – ALOCAÇÃO DE RECURSOS**

**9.1.** As despesas decorrentes do presente contrato correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

Nota de Empenho:

Órgão:

Elemento de despesa:

Projeto Atividade:

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – DA RESCISÃO CONTRATUAL**

**10.1.** Este contrato poderá ser rescindido unilateralmente pelo **CONTRATANTE**, respeitado o devido processo legal, e sem que assista à contratada direito a qualquer indenização, nas seguintes hipóteses:

- a)** Inadimplemento pela contratada de quaisquer das cláusulas e condições aqui estabelecidas;
- b)** Atraso no cumprimento das “ordens de serviços”;

- c) Superveniência de incapacidade financeira da contratada devidamente comprovada;
- d) Falência, liquidação judicial ou extrajudicial, ou concordata da contratada, requeridas ou decretadas;
- e) Cessão total ou parcial deste contrato e dos créditos dele decorrentes, sem prévia e escrita autorização do contratante.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – Rescindido o contrato, por quaisquer destes motivos, a contratada terá direito, apenas, ao pagamento, dos serviços efetivamente prestados e aceitos.

### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**11.1** As sanções previstas nos artigos 155 e 163 da Lei nº 14.133/2021 e respectivos critérios sobre conduta e dosimetria, poderão ser aplicadas à Contratada, conforme detalhado nos próximos itens.

**11.2** O licitante ou o Contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

- I. dar causa à inexecução parcial do contrato;
- II. dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- III. dar causa à inexecução total do contrato;
- IV. deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- V. não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- VI. não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- VII. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- VIII. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou na execução do contrato;
- IX. fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- X. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- XI. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- XII. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

**11.3** Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas na Lei nº. 14.133/21 as seguintes sanções:

- a)** Advertência, nas hipóteses do inciso I do item **11.2** que não acarretem prejuízos ao Contratante ou quando ocorrer execução insatisfatória, ou, ainda, na ocorrência de pequenos transtornos ao desenvolvimento da prestação dos serviços, desde que sua gravidade não recomende a

aplicação de uma das sanções previstas nas alíneas “d”, “e” e “f” (Inciso I do Art. 156 da Lei 14.133/21).

**b)** Multa moratória por dia de atraso injustificado no cumprimento da obrigação contratual, proporcional ao item em atraso e nas seguintes condições (art. 162 da Lei 14.133/21):

**b.1.** Atraso em até 10 dias, multa moratória de 3% sobre o valor total dos lotes do leilão.

**b.2.** Atraso entre 11 e 20 dias, multa moratória de 5% sobre o valor total dos lotes do leilão.

**b.3.** Após decorrido o prazo de 20 dias, o fiscal do contrato deverá aplicar uma das sanções previstas nas alíneas “d”, “e” ou “f”.

**b.4.** Os prazos previstos nas alíneas b.1, b.2 e b.3 poderão ser suspensos, caso a Contratada, tempestivamente, justifique de forma plausível o atraso, e o fiscal do contrato, em não havendo prejuízos ao Contratante, aceite prorrogar o prazo de entrega, não podendo ser superior a metade do que foi inicialmente contratado. Após decorrido esse prazo, se iniciará automaticamente a contagem da multa moratória.

**c)** A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas nesta Lei.

**d)** Multa compensatória de até 10% do valor do contrato licitado ou celebrado com contratação direta e será aplicada ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas no item **11.2**, deste instrumento. (Inciso II e §3º do Art. 156 da Lei 14.133/21).

**e)** Suspensão temporária do direito de participar em licitação e impedimento de contratar com o Contratante na hipótese do inciso II do item 11.2, por prazo não superior a 2 (dois) anos.

**f)** Impedimento de licitar e contratar com o Município de Alagoinhas, nas hipóteses dos incisos II, III, IV, V, IV e VII do item **11.2**, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, por prazo não superior a 3 (três) anos. (§4º do Art. 156 da Lei 14.133/21).

**g)** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com todos os órgãos e entidades da Administração Pública direta e indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, nas hipóteses dos incisos II, III, IV, V, IV e VII do item **11.2**, quando se justificar a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no item “e”, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do item 11.2, pelo prazo de 3 (três) até 5 (cinco) anos. (§5º do Art. 156 da Lei 14.133/21).

**11.4** A aplicação das sanções previstas nas alíneas “d”, “e” e “f” não acarretará automaticamente a rescisão dos contratos já firmados com o Contratante ou em curso de execução ou parcialmente qualquer das obrigações assumidas em decorrência da contratação;

**11.5** As sanções previstas nas alíneas “d”, “e” e “f”, poderão ser aplicadas juntamente com as da alínea “c”. Será facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de

05 (cinco) dias úteis, para as sanções das alíneas “d” e “e” e 10 (dez) dias corridos para as sanções da alínea “f”.

**11.6** Antes da aplicação de qualquer sanção será garantido ao licitante o contraditório e a ampla defesa em processo administrativo.

**11.7** Os valores das multas deverão ser recolhidos na Secretaria da Fazenda do Município de Alagoinhas, sendo cobrada judicialmente caso ocorra sua inadimplência.

**11.8** As penalidades aqui previstas não serão aplicadas quando o descumprimento do estipulado no contrato ou no edital decorrer de justa causa ou impedimento, devidamente comprovado e aceito pelo Contratante.

**11.9** Situações agravantes:

**11.10** As sanções indicadas poderão ser majoradas em 50% para cada agravante até o limite de 60 meses, se ocorrer uma das situações a seguir:

a.1. Reincidência: Quando o licitante/Contratado já possuir registro de penalidade aplicada no âmbito da esfera estadual pela prática de qualquer das condutas tipificadas nos itens “d”, “e” e “f”, nos 12 meses anteriores ao fato que decorrerá a aplicação de nova penalidade.

a.2. Notória impossibilidade de atendimento ao edital: Quando comprovadamente o licitante desclassificado ou inabilitado não detinha condições de atender ao exigido em edital.

a.3. Deliberado não atendimento de diligências: Quando de forma deliberada (intencional) o licitante não atender ou responder solicitações relacionadas a diligências destinadas ao esclarecimento ou complementação da instrução do processo licitatório.

a.4. Declaração falsa de tratamento diferenciado: Quando comprovadamente o licitante apresentar declaração falsa de que possui direito à tratamento diferenciado previsto em legislação específica.

**11.11** Situações atenuantes:

**a)** As penas previstas nos incisos IV, VI, VIII, poderão ser reduzidas em 50% (uma única vez) após a incidência do previsto na alínea “f”, quando não houver nenhum dano à Administração, em decorrência dos seguintes atenuantes:

**a.1.** Falha perdoável: Quando a conduta praticada pelo licitante ou contratado for comprovadamente decorrente de falha escusável.

**a.2.** Vícios alheios à conduta do particular: Quando a conduta praticada for decorrente da apresentação de documentação que contenha vícios ou omissões para os quais não tenha contribuído o licitante/Contratado; ou que não sejam de fácil identificação, devidamente comprovado.

**a.3.** Documentação equivocada que não atende ao edital, com ausência de dolo: Quando a conduta praticada pelo licitante/Contratado decorrer da apresentação de documentação que não

atende às exigências do edital, desde que evidenciado equívoco no seu encaminhamento e não existir dolo na referida conduta.

**11.12** A aplicação das penas previstas no presente item, que trata sobre as sanções, não exclui outras sanções previstas no edital, contrato ou na legislação vigente, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal dos envolvidos, inclusive perdas e danos causados para a Administração.

**11.13** Para a apuração dos fatos e das condutas praticadas, baseada no princípio da boa-fé objetiva, a Administração poderá promover diligências visando o esclarecimento de dúvidas e a apuração da veracidade das informações, bem como considerar todas as provas e documentos apresentados pela defesa dos envolvidos. Diligências poderão ser, inclusive, requisitadas pelo acusado, o qual terá direito ao contraditório e à ampla defesa, juntando ao processo todo meio de prova necessário à sua defesa.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA FISCALIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO**

**12.1** O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

**12.2** Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

**12.3** As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

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

**12.5** Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

**12.6** A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

**12.7** O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

**12.7.1** O fiscal técnico do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

**12.7.2** Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

**12.7.3** O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

**12.7.4** No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

**12.7.5** O fiscal técnico do contrato comunicar ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual

**12.8** O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário

**12.8.1** Caso ocorram descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência;

**12.9** O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

**12.9.1** O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

**12.9.2** O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

**12.9.3** O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do



cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

**12.9.4** O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

**12.10** O fiscal administrativo do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou prorrogação contratual.

**12.11** O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

**Nome completo do(a) Fiscal:** Anna Sena Grapiuna Barreto – Matrícula: 19895.

**Nome Completo do Gestor do Contrato:** Paulo César Behrens Freire – Matrícula: 191701.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA PUBLICAÇÃO**

**13.1** O presente Contrato será publicado, por extrato, no Diário Oficial e no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) até o vigésimo dia útil contados da assinatura, conforme art. 94 da Lei Federal nº 14.133/2021.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO FORO**

**14.1** As partes elegem, com renúncia expressa a qualquer outro, o Foro da Comarca de Alagoinhas, Estado da Bahia, para submeter o presente Contrato, obrigando ao seu integral cumprimento seus herdeiros e sucessores, a qualquer título.

**14.2** E, por estarem, assim, justos e acordados, assinam o presente em 04 (quatro) vias de iguais teor e forma para uma só finalidade, afim de que possa produzir os seus devidos e legais efeitos.

Alagoinhas, XXX de XX de 2025.

**CONTRATANTE**

**CONTRATADA**

**TESTEMUNHA 1:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_

**TESTEMUNHA 2:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_