



# CONCORRÊNCIA

Nº 006/2023

## CONTRATANTE

Prefeitura Municipal de Itagibá-Ba

CNPJ 13.701.966/0001-06

## OBJETO

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, tendo por objeto o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade nos veículos e demais meios de divulgação, que se mostrem do interesse e se encontre no âmbito de atribuição deste município, objetivando a promoção de campanhas, programas, a difusão de ideias ou informação ao público em geral, bem como, os serviços complementares previstos no § 1º do artigo 2º da lei nº 12.232/2010, conforme especificações Anexas do Edital e Termo de Referência.

## VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO

R\$ 486.000,00 (quatrocentos e oitenta e seis mil reais)

## DATA DA SESSÃO PÚBLICA

Dia **31/10/2023** às **10:00h** (horário de Brasília)

## TIPO DE LICITAÇÃO:

TÉCNICA E PREÇO

## CRITÉRIO DE ADJUDICAÇÃO:

Maior pontuação Resultante do somatório do Índice Técnico e do Índice de Preço.

**CONCORRÊNCIA Nº 006/2023**

**Preâmbulo do Edital**

### **1 – Regência Legal**

Lei Federal nº. 14.133/21, regulamentado pelo Decreto Municipal nº 5.727/2022 e pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei nº. 4.680/1965; o Decreto Federal nº. 57.690/1966, parcialmente modificado pelo Decreto Federal nº. 4.563/2002; o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei nº. 4.680/65; o Código de Autorregulamentação Publicitária, de 1978; as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, edição de março de 2004, sob a orientação do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP); pela Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010 e demais legislações e normas aplicáveis

### **2 – Órgão Solicitante / Órgãos Interessados**

Procuradoria Jurídica, Controladoria, Secretaria Municipal de Administração, Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças, Secretaria Municipal de Governo, Secretaria Municipal de Agricultura e Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Assistência Social, Secretaria Municipal de Educação e Cultura, Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Juventude, Secretaria Municipal de Infraestrutura e Serviços Públicos, Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo, Secretaria Municipal de Saúde, Secretaria Municipal de Transportes e todos os demais órgãos da Estrutura Organizacional da Prefeitura Municipal de Itagibá, disciplinada pela Lei Municipal nº 861, de 27 de dezembro de 2021

### **3 – Número de ordem em série anual**

006/2023

### **4 – Processo Administrativo nº**

117/2023

### **5 – Modalidade**

Concorrência

### **6 – Tipo de Licitação**

Técnica e Preço

### **7 – Critério de Adjudicação**

Maior Pontuação Resultante do somatório do Índice Técnico e do Índice de Preço

### **8 – Regime de Execução**

Empreitada por Preço Unitário

### **9 – Objeto**

Constitui objeto desta licitação a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, tendo por objeto o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade nos veículos e demais meios de divulgação, que se mostrem do interesse e se encontre no âmbito de atribuição deste município, objetivando a promoção de campanhas, programas, a difusão de ideias ou informação ao público em geral, bem como, os serviços complementares previstos no § 1º do artigo 2º da lei nº 12.232/2010, conforme especificações Anexas do Edital e Termo de Referência.



**10 – Local e data para o Recebimento das Propostas, documentos relativos à habilitação e Início da abertura dos envelopes.**

**DIA:** 31/10/2023 às **HORÁRIO:** 10h00min no **LOCAL:** Auditório da Secretaria Municipal de Educação e Cultura da Prefeitura Municipal de Itagibá, localizada à Praça Duque De Caxias, 191 Centro, Itagibá-Ba, sendo a sessão pública transmitida nas Redes de Comunicação da Prefeitura Municipal de Itagibá, em especial:

Canal do Youtube <<https://www.youtube.com/@Prefeituradeltagiba>>

Página do Instagram <<https://www.instagram.com/prefeituradeitagiba/>>

**11– Dotação orçamentária**

A despesa decorrente desta Licitação será atendida com recursos do Município de Itagibá, consignadas nas Dotações constantes do Edital e Minuta Contratual.

**12 – Prazo de Vigência do Contrato**

17 (doze) meses, podendo ser prorrogado conforme disposição do art. 106, caput da Lei 14.133/21

**13 – LOCAL, HORÁRIO E MEIO DE COMUNICAÇÃO PARA ESCLARECIMENTOS SOBRE ESTE EDITAL**

As informações e esclarecimentos necessários ao perfeito conhecimento do objeto desta licitação serão prestados pelo Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio, diariamente, das 08h00min às 12h00min, na Sala de Licitações, sito a Rua Chile, A, Centro, Itagibá, Bahia, pelo Telefone (73) 3244-2121 ou pelo e-mail <[licitaitagiba@gmail.com](mailto:licitaitagiba@gmail.com)>.

**14 – RESPONSÁVEL/ATO DE DESIGNAÇÃO:**

Fábio Nery de Souza – *Agente de Contratação - Portaria 700, de 08 de agosto de 2023.*



## CONCORRÊNCIA Nº 006/2023

### EDITAL

A Prefeitura Municipal de Itagibá, Estado da Bahia, através do Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio designada pela Portaria 512, de 08 de agosto de 2022, na forma da Lei Federal 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei n.º 14.133, de 1º de abril de 2021 e alterações, torna público, para conhecimento dos interessados, que realizará licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, tendo por finalidade a seleção da melhor proposta visando à **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, tendo por objeto o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade nos veículos e demais meios de divulgação, que se mostrem do interesse e se encontre no âmbito de atribuição deste município, objetivando a promoção de campanhas, programas, a difusão de ideias ou informação ao público em geral, bem como, os serviços complementares previstos no § 1º do artigo 2º da lei nº 12.232/2010, estando designado para recebimento dos envelopes contendo documentação de habilitação, proposta técnica e proposta de preços, conforme especificação abaixo mencionada, mediante as condições a seguir.

#### RECEBIMENTO E INÍCIO DA ABERTURA DOS ENVELOPES “DOCUMENTAÇÃO” E “PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS”

A sessão pública para o sorteio acontecerá **DIA:** 31/10/2023 às **HORÁRIO:** 10h00min no **LOCAL:** Auditório da Secretaria Municipal de Educação e Cultura da Prefeitura Municipal de Itagibá, localizada à Praça Duque De Caxias, 191 Centro, Itagibá-Ba, sendo a sessão pública transmitida nas Redes de Comunicação da Prefeitura Municipal de Itagibá, em especial: Canal do Youtube <<https://www.youtube.com/@Prefeituradeltagiba>> , Instagram <<https://www.instagram.com/prefeituradeltagiba/>> e será conduzida pelo Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio designada pela Portaria 512, de 08 de agosto de 2022

a) Se no dia supracitado não houver expediente, o recebimento e o início da abertura dos envelopes referentes a esta Concorrência realizar-se-ão no primeiro dia útil de funcionamento da Prefeitura Municipal que se seguir.

b) No local indicado serão realizados os procedimentos pertinentes a esta Licitação, com respeito a:

- I - recebimento dos envelopes “Documentação” e “Propostas”;
- II - devolução dos envelopes “Propostas” às licitantes inabilitadas; e
- III - abertura dos envelopes “Propostas” das licitantes habilitadas.

c) As decisões do Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio serão comunicadas mediante publicação no Diário Oficial do Município, disponível no endereço eletrônico <https://www.itagiba.ba.gov.br/Site/DiarioOficial>, pelo menos por 01 (um) dia, salvo com referência àquelas que puderem ser comunicadas diretamente, mediante ofício, aos representantes legais das licitantes, principalmente quanto a:

- I - habilitação ou inabilitação da licitante;
- II - julgamento das propostas;
- III - resultado de recurso porventura interposto;
- IV - resultado de julgamento desta Concorrência.



d) A solicitação de esclarecimento de dúvidas a respeito de condições deste Edital e de outros assuntos relacionados a presente licitação deverá ser efetuada através do e-mail <licitaitagiba@hotmail.com> pelas empresas interessadas em participar do certame até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação desta Concorrência.

e) O esclarecimento de dúvidas a respeito de condições deste Edital e de outros assuntos relacionados a presente licitação serão divulgados mediante publicação no Diário Oficial do Município, no endereço <<https://www.itagiba.ba.gov.br/Site/DiarioOficial>>, cabendo as licitantes o ônus de acessá-lo para a obtenção das informações prestadas pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio.

## I. DESCRIÇÃO DO OBJETO

1.1. A presente licitação tem como objeto a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, tendo por objeto o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade nos veículos e demais meios de divulgação, que se mostrem do interesse e se encontre no âmbito de atribuição deste município, objetivando a promoção de campanhas, programas, a difusão de ideias ou informação ao público em geral, bem como, os serviços complementares previstos no § 1º do artigo 2º da lei nº 12.232/2010, conforme descrito neste Edital e Anexos.

1.1.1. Os serviços licitados servirão ao atendimento das necessidades dos órgãos que compõem a Estrutura Organizacional da Prefeitura Municipal de Itagibá, disciplinada pela Lei Municipal nº 861, de 27 de dezembro de 2021 e outros que venham a ser instituídos durante a vigência do Contrato decorrente desta Licitação ou termos aditivos.

1.2. Os serviços de publicidade acima mencionados compreenderão:

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



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

- a) **Publicidade Institucional:** a que tem como objeto divulgar informações sobre atos, obras e programas dos órgãos e entidades governamentais, suas metas e resultados;
- b) **Publicidade de Utilidade Pública:** a que tem como objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando melhorar a sua qualidade de vida.

1.4. Os serviços referentes à criação / concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

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

1.7. A estimativa de gastos com os serviços objeto desta Concorrência é de **R\$ 486.000,00 (quatrocentos e oitenta e seis mil reais)** e se constitui em mera previsão dimensionada, não estando a Prefeitura Municipal de Itagibá obrigada a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

1.6. Esse valor poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento da Prefeitura Municipal de Itagibá.

1.8. O valor pertinente à efetiva utilização dos serviços previstos neste Edital será orçado pela Contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se rigorosamente, sob pena de responsabilidade, a compatibilidade com os preços do mercado.

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

## II. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

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

2.2. Não poderão concorrer nesta Licitação:

- a) empresa suspensa de participar de licitação e impedida de contratar com o Município de Itagibá, durante o prazo da sanção aplicada;
- b) empresa declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;
- c) sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País;
- d) empresa cujo estatuto ou contrato social não inclua o objeto desta Concorrência;
- e) empresa que se encontre em processo de dissolução, recuperação judicial, recuperação extrajudicial, falência, concordata, fusão, cisão, ou incorporação;
- f) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;



- g) consórcio de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição.
- h) Agências que possuir em seu quadro societário, ou administrador, o prefeito, o vice-prefeito, os vereadores e os servidores municipais, bem como pessoas ligadas a qualquer deles por matrimônio ou parentesco afim ou consanguíneo, até o segundo grau ou por adoção, até a publicação deste edital, subsistindo a proibição até seis meses após findas as respectivas funções.
- i) as pessoas impedidas de participar por força do art. 14 da Lei 14.133/21 e no art. 53 da do Decreto Municipal nº 5.727/2022.

2.3. Não serão permitidos consórcios para execução do objeto deste Edital.

2.4. As licitantes deverão proceder, antes da elaboração das propostas, a verificação minuciosa de todos os elementos fornecidos, comunicando por escrito até 02 (dois) dias úteis da reunião de abertura da licitação, os erros ou omissões porventura observadas. A não comunicação no prazo acima estabelecido implicará na tácita aceitação dos elementos fornecidos, não cabendo, em nenhuma hipótese, qualquer reivindicação posterior com base em imperfeições, omissões ou falhas.

### III. PRAZO DE EXECUÇÃO

3.1. O prazo para execução dos serviços objeto do presente Edital será de **17 (dezesete) meses**, após a assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por períodos sucessivos até o limite máximo de 5 (cinco) anos, de acordo com a Lei Federal n.º 14.133/21 e alterações posteriores, e do Decreto Municipal nº 5.727/2022 firmando-se para tanto, aditivos ao pacto original.

### IV. CREDENCIAMENTO

4.1. As Propostas e os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados por pessoa devidamente credenciada.

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

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

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

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

4.5.1. A Credencial deverá ser apresentada em papel timbrado da empresa, com identificação do representante legal (nome, nº da cédula de identidade e do CPF), além da autorização para a prática dos atos necessários e inerentes ao procedimento licitatório, acompanhada da devida comprovação (**documento de identificação oficial com foto e CPF**) e **deverá ser assinada pelo administrador da empresa que detenha poderes de tal investidura, e cópia do Contrato Social da empresa e de todas as suas alterações devidamente autenticadas.**



4.5.2. Quando a empresa se fizer representar por sócio que detiver a representação legal para tal investidora, deverá este apresentar **cópia autenticada do Contrato Social da empresa e de todas as suas alterações** desse contrato até a data da apresentação, além de estatuto ou ato de investidora que comprove tal condição, juntamente com **documento de identificação oficial com foto e CPF**.

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

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

## **V. FORMA E APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS**

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

**5.1.1. ENVELOPE A – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (sem nenhum tipo de identificação) ESTE ENVELOPE SERÁ FORNECIDO PELA Prefeitura Municipal de Itagibá, através do Agente de Contratação), até 1 (um) dia útil antes da data marcada para a Sessão Pública de Entrega dos Envelopes.**

Obs.: Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada se estiver acondicionada no Envelope A, fornecido pela Prefeitura Municipal de Itagibá, através do Agente de Contratação, sem nenhuma identificação.

**5.1.2. ENVELOPE B - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (via identificada com informações da licitante)**

O Envelope B 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 a sua abertura.

Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**ENVELOPE B.**  
**Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada.**  
**CONCORRÊNCIA Nº 006/2023**  
**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE**  
**CNPJ da licitante.**  
**DATA E HORÁRIO**

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



Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**ENVELOPE C.**

**Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

**CONCORRÊNCIA Nº 006/2023**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE**

**CNPJ da licitante.**

**DATA E HORÁRIO**

**5.1.4. ENVELOPE D - PROPOSTA DE PREÇOS**

A Proposta de Preços deverá ser apresentada em 01 (uma) via, de acordo com o modelo constante no ANEXO III deste instrumento convocatório, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, em papel timbrado da empresa licitante, devidamente assinada e carimbados nas páginas por quem detenha poderes de representação legal da licitante, sequencialmente numerada.

Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**ENVELOPE D.**

**Proposta de Preços.**

**CONCORRÊNCIA Nº 006/2023**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE**

**CNPJ da licitante.**

**DATA E HORÁRIO**

**5.1.5. ENVELOPE E - HABILITAÇÃO**

Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**ENVELOPE E.**

**Habilitação.**

**CONCORRÊNCIA Nº 006/2023**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE**

**CNPJ da licitante.**

**DATA E HORÁRIO**

5.2. O **Envelope A**, destinado à apresentação da **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e **fornecido previamente pela Prefeitura Municipal de Itagibá, através do Agente de Contratação**, sem nenhum tipo de identificação. O envelope, os textos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária e suas respectivas peças e planilhas **não poderão conter nenhuma identificação**, ou seja, nomes, expressões, slogans, marcas, símbolos ou ícones de trabalho das licitantes ou de conhecimento do mercado publicitário, sob pena de automática desclassificação da proponente.

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



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

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

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

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

5.8. As propostas deverão:

- a) ser redigidas em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax, quando existente, à exceção dos elementos contidos no **Envelope A**;
- b) ser apresentadas em papel que identifique a licitante, contendo o nome da proponente e a referência a esta licitação, à exceção dos elementos contidos no **Envelope A**;
- c) ser entregues no local, dia e hora estabelecidos neste Edital;
- d) ter as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da licitante, à exceção dos elementos contidos no **Envelope A**;
- e) ter indicação de que o prazo de validade não será inferior a 60 (sessenta) dias contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

## VI. PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica consistirá em:

- a) **Plano de Comunicação Publicitária**, com suas respectivas peças publicitárias, elaborado consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III** - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica, item **1.1.1**;
- b) **Capacidade de Atendimento**, elaborada consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III** - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica, item **1.1.2**;
- c) **Repertório**, elaborado consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III** - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica, item **1.1.3**;
- d) **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, elaborados consoante com as diretrizes previstas no **Anexo III** - Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica, item **1.1.4**.

6.2. O conteúdo do **Envelope A** (Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada), deverá ser redigido de forma clara, sem emendas ou rasuras que não identifique a licitante e não deverá conter rubricas.



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

- a) Máximo de 20 (vinte) páginas impressas;
- b) Papel Branco, formato A4, com gramatura máxima de 90 g/m<sup>2</sup>;
- c) Margem esquerda 3,0 cm a partir da borda (três centímetros);
- d) Margem superior 3,0 cm a partir da borda (três centímetros);
- e) Margem direita 2,0 cm a partir da borda (dois centímetros);
- f) Margem inferior 2,0 cm a partir da borda (dois centímetros);
- g) Fonte Arial, tamanho 12 (doze);
- h) Espaçamento entre linhas simples;
- i) Espaçamento 1,5 (um e meio) antes dos parágrafos;
- j) Títulos fonte Arial 12, maiúsculo;
- k) Com numeração em todas as páginas, no canto inferior direito da página;
- l) Sem identificação da licitante;
- m) Com textos justificados e títulos centralizados; e
- n) Todas as folhas deverão estar, sem identificação, dentro do envelope fechado que será disponibilizado pela Prefeitura Municipal de Itagibá, através do Agente de Contratação, sem encadernação, clips ou grampos.

Obs.: Será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope identificado; será desclassificada a licitante que descumprir o dispositivo deste edital.

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

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

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

6.6. A critério da Prefeitura Municipal de Itagibá, o Plano de Comunicação Publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzido e veiculado, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

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

## VII. PROPOSTA DE PREÇOS

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



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

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

## VIII. HABILITAÇÃO

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

### 8.1.1. Quanto à **HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

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

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

### 8.1.2. Quanto à **HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (**CNPJ**);
- b) Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal**, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) prova de Regularidade com a **Fazenda Estadual e Municipal** do domicílio ou sede do licitante;
- d) prova de regularidade fiscal perante a **Fazenda Nacional**, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta 1.751, de 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.
- e) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (**FGTS**);



- f) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a **Justiça do Trabalho**, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei 5.452, de 1º de maio de 1943;
- g) **Declaração** em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, através da apresentação de declaração que comprove a inexistência de menor no quadro da empresa conforme Modelo do Anexo VII.

#### 8.1.3. Quanto à **HABILITAÇÃO TÉCNICA:**

- a) Prova de Registro e Regularidade da Agência de Publicidade perante Conselho Nacional de Normas-Padrão - **CENP**;
- b) Comprovação, através da apresentação de um ou mais **atestados de capacidade técnica**, fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou certidões, regularmente emitidos pelo conselho profissional competente, quando for o caso, onde conste que a licitante manteve ou mantém contrato que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior, bem como estar claramente assinalado o cargo/função daquele que assinou o atestado em favor da proponente.
- c) **Declaração** da licitante de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação, conforme modelo constante do **Anexo VI**;
- d) **Declaração** formal de que disporá, por ocasião da futura contratação, do pessoal técnico, das instalações e do aparelhamento adequados e disponíveis para a realização do objeto considerados essenciais para a execução contratual, conforme modelo do **Anexo VI**, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

8.1.3.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto na letra “a” do item 8.1.3. poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

8.1.3.2. O documento relacionado na letra “d” do item 8.1.3. deverá ser apresentado tendo por anexo Declaração ou Curriculum Vitae, preferencialmente em plataforma Lattes, contendo a qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos indicados na proposta e termo de anuência assinado por cada profissional.

8.1.3.3. Os profissionais indicados pelo licitante na forma do item 8.1.3 “d” deverão participar do serviço objeto da licitação, e será admitida a sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela Administração.

#### 8.1.4. Quanto à **HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

- a) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, constando obrigatoriamente o selo de Declaração de Habilidade Profissional - DHP, fornecido pelo Conselho Regional de Contabilidade em nome do contabilista responsável pela confecção do documento, com os termos de abertura e encerramento devidamente registrados na Junta Comercial de origem, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta.
- b) Comprovação de Patrimônio Líquido no valor mínimo de 10% (dez por cento) do montante estimado para contratação, mediante apresentação de declaração firmada pelo contador da licitante, em papel timbrado da empresa e na qual conste o nome e o número de registro do profissional no Conselho Regional de Contabilidade, atestando que a informação foi extraída do balanço patrimonial do último



exercício social já exigível;

c) Certidão negativa de falência, concordata e recuperação judicial expedida pelo distribuidor judicial da sede da licitante, com data de emissão não superior a 30 (trinta) dias anteriores à data de abertura da Licitação.

8.1.4.1. A licitante com menos de 01 (um) ano de existência - que ainda não tenha balanço patrimonial, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

8.1.4.2. Os documentos referidos no 8.1.4 "a" limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos

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

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

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

Onde :

ILC = índice de liquidez corrente

AC = ativo circulante

PC = passivo circulante

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

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

Onde:

ILG = índice de liquidez geral

AC = ativo circulante

PC = passivo circulante

RLP = realizável em longo prazo

ELP = exigível em longo prazo

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

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

Onde:

IE = índice de endividamento

PC = passivo circulante

ELP = exigível em longo prazo

AT = Ativo Total



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

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

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

8.1.4.6. Os valores financeiros acima referidos poderão ser atualizados para a data da licitação pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), devendo, neste caso ser apresentada a respectiva memória de cálculo.

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

8.2. Os documentos solicitados a título de habilitação deverão ser apresentados em original ou cópias autenticadas por tabelião ou por servidor da Prefeitura Municipal da Itagibá.

8.2.1. Para que documentos das licitantes sejam autenticados por servidor da Prefeitura, necessário será o comparecimento do interessado ao Setor de Licitação, munido de originais e cópias, até o último dia útil anterior à realização da sessão de abertura, não se admitindo, sob hipótese alguma, a autenticação de documentos durante o processamento do certame.

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

8.3. A Prefeitura Municipal de Itagibá, através de suas Secretarias ou do Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio, se reserva ao direito de exigir, para conferência e diligência, antes da adjudicação, a exibição de originais de documentos que tenham sido apresentados por cópias, ainda que autenticadas por tabelião, ou por qualquer outra forma legal.

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



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

8.6 Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para:

I - complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame;

II - atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas.

§ 1º Na análise dos documentos de habilitação, a comissão de licitação poderá sanar erros ou falhas que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante despacho fundamentado registrado e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

§ 2º Quando a fase de habilitação anteceder a de julgamento e já tiver sido encerrada, não caberá exclusão de licitante por motivo relacionado à habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou só conhecidos após o julgamento.

## **IX. DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO**

9.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros do Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio e pelos representantes das licitantes presentes.

9.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 4 deste Edital.

9.1.2. O Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

9.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

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

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

9.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar o Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

9.1.9. O Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, ou antecipá-las em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

9.1.8. Se os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta Concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados será providenciada sua destruição.



## 9.2. Primeira Sessão

9.2.1. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 4 deste Edital
- b) receber os Envelopes A, B, C e D;
- c) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

9.2.1.1. O Envelope A, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope B;
- c) não 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 Envelope B.

9.2.1.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 9.2.1.1., o Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio não receberá o Envelope A, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

9.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes B e D, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade do Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio, e separá-los dos Envelopes A e C;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Envelopes A;
- c) abrir os Envelopes C e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Envelopes A e C;

9.2.2.1. O Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 9.2.2, 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.

a) É vedado o cotejo das propostas do envelope A pelas licitantes ou membros do Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio nesta seção, para evitar a possível identificação da sua autoria;

9.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Envelopes A e C, o Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência (s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, ou informações inverídicas, o Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

9.2.3. O Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes A nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

9.2.4. Abertos os Envelopes A e C, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio.

9.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 9.2.6 e as seguirá para a seguinte por decisão consensual da Comissão de Licitação e os Licitantes.

9.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões do Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do subitem "e" 9.2.2, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.

9.2.6. 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, pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio à Subcomissão Técnica, dos Envelopes A, 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 ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de tabela com as pontuações de cada caso;
- d) encaminhamento, pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio à Subcomissão Técnica, dos Envelopes C, 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 ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de tabela com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

9.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada a Subcomissão lançará sua pontuação em tabelas 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.

9.2.9. As tabelas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 9.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto 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.

### **9.3. Segunda Etapa**

9.3.1 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes A e C), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, o Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio convocará as licitantes deste Edital, para participar da seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes B;
- c) cotejar as vias não identificadas (Envelope A) com as vias identificadas (Envelope B) 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;
- f) executar o sorteio caso haja empate no julgamento do plano de comunicação publicitária, capacidade de atendimento, repertório, relato de solução de problema de comunicação;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma da letra "e" do subitem 9.2.2., com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

9.3.1.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio.

### **9.4 Terceira etapa**

9.4.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio convocará as licitantes deste Edital, para participar da seguinte pauta básica:

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

- b) abrir os Envelopes D, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros do Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio 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 Envelopes D;
- 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 na forma da letra “e” do subitem 9.2.2. deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

### 9.5. Quarta etapa

9.5.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio convocará as licitantes deste Edital, para participar da seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Envelopes E, cujos documentos serão rubricados pelos membros do Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio 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 Envelopes E;
- e) informar:
  - e1) o resultado da habilitação;
  - e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma da letra “e” do subitem 9.2.2. deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na Lei Federal nº 14.133/2021;
  - e3) que será publicado na forma da letra “e” do subitem 9.2.2. deste Edital os nomes 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.

9.1. Os **Envelopes A, B, C e D**, contendo as Propostas Técnicas e de Preços, deverão ser entregues ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio na data, local e horário determinados no preâmbulo deste Edital.

9.2. Os **Envelopes A**, padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, somente serão recebidos pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

9.3. O Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio não lançará nenhum código, sinal ou marca nos **Envelopes A**, nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

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

9.4.1. A abertura do **Envelope A** (Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada) e do **Envelope C** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), durante a própria sessão pública, pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio;



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

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

9.4.4. Elaboração, por parte da Subcomissão Técnica, de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

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

9.4.6. Elaboração, por parte da Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos quesitos mencionados no item 9.4.5 e encaminhamento ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

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

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

9.4.8. Publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, inciso I, alínea “b”, da Lei Federal 14.133/21;

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

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

9.4.11. Publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, inciso I, alínea “b”, da Lei Federal 14.133/21;

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



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

9.4.14. Decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, inciso I, alínea “c”, da Lei Federal 14.133/21;

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

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

## **X. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

10.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação prévia extraída de Chamamento Público realizado pela Prefeitura Municipal que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Itagibá ou quaisquer dos órgãos de sua Estrutura Organizacional, definida pela Lei Municipal nº 861, de 27 de dezembro de 2021.

10.3. A relação dos nomes referidos no item 10.2 será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.4. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei Federal 12.232/10, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 10.2, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

10.4.1. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão do Prefeito Municipal.

10.4.1.1. A administração usará por analogia os conceitos de impedimento e suspeição previstos no Novo Código de Processo Civil, conforme disposições dos artigos 144 a 148.

10.4.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada do Prefeito Municipal, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.



10.5. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 10.3 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10.6. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Itagibá.

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

10.7.1. Caberá à Subcomissão Técnica:

- a) analisar, individualizadamente, e julgar propostas técnicas – vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação –, desclassificando aquelas que estejam em desacordo com a lei ou com o presente instrumento convocatório;
- b) elaborar planilhas com as pontuações atribuídas por cada membro da Subcomissão para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;
- c) elaborar ata de julgamento das propostas e encaminhá-la, com as planilhas e a justificativa escrita das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso, ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio, juntamente com os envelopes e seus conteúdos;
- d) manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, caso seja solicitado pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio.

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

## **XI. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

11.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

- a) não atender às exigências deste Edital e de seus anexos ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) apresentar desconto sobre os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante, menor do que 20% (vinte por cento);
- c) apresentar percentual de honorários maior do que 12% (doze por cento), referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros;
- d) apresentar percentual de honorários maior do que 5% (cinco por cento), incidente sobre os custos de serviços de elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual realizados por terceiros;

e) apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz;

f) apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras;

11.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo V** deste Edital.

11.4. O Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

<b>Desconto/Honorários</b>	<b>Notas (N)</b>
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia	$N = (\text{Desconto} - 20) / 8$
Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição <u>não</u> proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros	$N = 5 \times (12 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual realizados por terceiros	$N = 4 \times (5 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz.	$N = (20 - \text{Honorários}) / 4$
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.	$N = (20 - \text{Honorários}) / 4$
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

11.5. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item anterior.

11.6. As notas serão calculadas com, no máximo, duas casas decimais.

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

## **XII. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

12.1. Para o julgamento final das propostas serão adotados os procedimentos estabelecidos neste capítulo.

12.2. A pontuação técnica é o somatório das notas atribuídas a cada quesito técnico e a pontuação de preço é o resultado do somatório das notas atribuídas a cada quesito da planilha de preços contida no item 11.4.

12.3. O Índice Técnico (IT) será aferido através do somatório das notas obtidas nas propostas técnicas.

12.4. A proposta que obtiver, no Índice Técnico, total de pontos menor que 70% (setenta por cento) da maior pontuação obtida será desclassificada.

12.5. A fórmula para obtenção do Índice Técnico é:

**Índice Técnico (IT)** = total de pontos obtidos na proposta em análise, dividido pela maior pontuação obtida dentre as demais propostas:

$IT = \frac{PA}{MP}$	<p>onde:</p> <p>IT = Índice Técnico</p> <p>MP = Maior Pontuação Técnica</p> <p>PA = Pontuação da Proposta em Análise</p>
----------------------	--

12.6. O Índice de Preço (IP) será aferido através do somatório das notas obtidas nas propostas de preços.

12.7. O cálculo do índice de preço obedecerá à seguinte fórmula:

**Índice de Preço (IP)** = total de pontos obtidos na proposta em análise, dividido pela maior pontuação obtida dentre as demais propostas:

$IP = \frac{PA}{MP}$	<p>onde:</p> <p>IP = Índice de Preço</p> <p>MP = Maior Pontuação de Preço</p> <p>PA = Pontuação da Proposta em Análise</p>
----------------------	--

12.8. Para encontrar a melhor proposta será feita uma classificação decrescente das propostas classificadas, utilizado o seguinte critério:

**Pontuação Resultante (PR)** = Índice Técnico multiplicado por 9 (nove) somado a Índice de Preço multiplicado por 1 (um).

$PR = (IT \times 9) + (IP \times 1)$	<p>Onde:</p> <p>PR = Pontuação Resultante</p> <p>IT = Índice Técnico</p> <p>IP = Índice de Preço</p>
--------------------------------------	--

12.9. Será julgada vencedora da licitação a proposta que obtiver a maior Pontuação Resultante do somatório do IT + IP, após aplicados os respectivos pesos.



12.10. Se houver empate, será assegurada a preferência à empresa brasileira, persistindo o empate será realizado sorteio, em ato público, para o qual todos os licitantes serão convocados.

### **XIII. RECURSOS E IMPUGNAÇÕES**

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

13.2. As impugnações ao Edital deverão ser apresentadas na forma do art. 164, *caput*, da Lei Federal n.º 14.133/21.

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

13.4. Da classificação ou desclassificação de proposta, bem como da habilitação ou inabilitação, caberá recurso, interposto por escrito, dirigido ao Prefeito de Itagibá, no prazo de três dias úteis, contando da notificação dos interessados.

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

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

### **XIV. CONTRATO**

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

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

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

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

14.5. Este Edital, seus Anexos, a proposta da Contratada e o parecer do Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio serão parte integrante do Contrato, independente de transcrição.

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

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



## **XV. FISCALIZAÇÃO**

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

15.2. O servidor designado através da Portaria nº 688/2023 exercerá a fiscalização sobre os serviços objeto deste Contrato, cabendo-lhe:

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

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

15.4. A fiscalização da Prefeitura Municipal de Itagibá não diminui nem substitui a responsabilidade da Contratada, decorrente de obrigações aqui assumidas.

## **XVI. PAGAMENTOS E DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS**

16.1. Os serviços prestados serão pagos mensais, mediante relatório detalhado pela Contratada dos serviços efetivamente prestados no período findo, devidamente conferidos e autorizados para pagamento pelo Fiscal e Gestor de Contratos, conforme atribuições definidas por meio do Decreto Municipal nº 5.944/2023 e designados a partir da Portaria nº 688/2023.

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

16.3. As faturas mensais deverão ser apresentadas até o 5º (quinto) dia útil seguinte ao período de execução e os pagamentos serão efetuados no prazo de 30 (trinta) dias úteis, contados a partir da data de apresentação, mediante apresentação da Fatura e respectivas certidões do INSS e FGTS vigentes.

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

**Dotação Orçamentária**



Unidade Gestora	Projeto/Atividade	Elemento de Despesa	Fonte
Secretaria Municipal de Governo	2002	33903900	15000000
Secretaria Municipal de Governo	2006	33903900	15000000
Fundo Municipal de Educação e Cultura	2019	33903900	15000000
Fundo Municipal de Saúde	2050	33903900	15000000

16.4.1. A despesa para o exercício subsequente, quando for o caso, será alocada à dotação orçamentária prevista para atendimento da finalidade, a ser consignada aos Órgãos Interessados da Prefeitura Municipal pela Lei Orçamentária Anual.

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

16.6. A concessão de reajustamento fica condicionada ao transcurso do prazo de 12 meses da data de apresentação da proposta, mediante a aplicação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), e será procedida independentemente da solicitação do interessado.

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

## **XVII. PENALIDADES**

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

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

17.1.2. Multas de:

- 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato, em caso de descumprimento total da obrigação, inclusive no de recusa do adjudicatário em firmar o contrato, ou ainda na hipótese de negar-se a efetuar o reforço da caução, dentro de 10 (dez) dias contados da data de sua convocação;
- 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do serviço não realizado;
- 0,7% (sete décimos por cento) sobre o valor da parte do serviço não realizado, por cada dia subsequente ao trigésimo.

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

- recusar-se, injustificadamente, após ser considerado adjudicatário, em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração, exceto quanto às licitantes convocadas nos termos do art. 90, § 2º, da Lei Federal n.º 14.133/21, que não aceitarem



a contratação nas mesmas condições propostas pelo primeiro adjudicatário, inclusive quanto ao prazo e preço;

b) cometer fraude fiscal.

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

d) incorrer em inexecução de contrato;

e) frustrar, injustificadamente, licitação instaurada pela Administração;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **XVIII. DISPOSIÇÕES FINAIS**

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

18.2. 14.10. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e no Diário Oficial do Município (DOM), através do endereço eletrônico <<https://www.itagiba.ba.gov.br/Site/DiarioOficial>>.

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



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

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

18.6. É facultado ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio ou o Prefeito, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

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

18.8. Os casos omissos no presente Edital serão resolvidos pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio.

18.9. Quaisquer esclarecimentos adicionais referentes à presente licitação poderão ser obtidos junto ao Agente de Contratação e sua Equipe de Apoio, na sede da Prefeitura, durante o expediente normal., através do telefone (73) 3244-2121 ou e-mail <licitaitagiba@gmail.com>.

18.10. Integram o presente Edital os seguintes anexos:

Anexo I - *Briefing*;

Anexo II - Modelo de Credencial;

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

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

Anexo V - Planilha de Cotação

Anexo VI - Modelo de Declaração

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

Anexo VIII - Link de acesso às normas padrão de atividade publicitária - CENP

Anexo IX - Link de acesso a identidade visual do município

Anexo X - Minuta do Contrato.

Anexo XI – Tabela referencial de custos internos 2022/2023 SINAPRO – BAHIA

Itagibá, em 05 de Setembro de 2023.

João Dantas Damasceno Júnior  
Secretário Municipal de Governo

#### **PARECER JURÍDICO**

Opinamos favoravelmente ao presente Edital por não infringir as disposições pertinentes à legislação que rege a matéria.

Itagibá - BA, 05 de Setembro de 2023.

Setor Jurídico



## TERMO DE REFERÊNCIA

**LEI FEDERAL 14.133/2021**  
**Decreto Municipal nº 5.727/2022**  
**Processo Administrativo nº 144/2023**

O presente Termo de Referência tem como objetivo demonstrar a capacidade de atender as condições previstas na Lei Federal 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre medidas relativas às normas gerais de contratações pela administração pública de serviços prestados pelo intermédio de agências de publicidade e propaganda, no âmbito municipal.

### 1. DEFINIÇÃO DO OBJETO

O objeto deste Termo de Referência é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, tendo por objeto o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade nos veículos e demais meios de divulgação, que se mostrem do interesse e se encontre no âmbito de atribuição deste município, objetivando a promoção de campanhas, programas, a difusão de ideias ou informação ao público em geral, bem como, os serviços complementares previstos no § 1º do artigo 2º da lei nº 12.232/2010

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

(art. 6º, inciso XXIII, alínea 'b' da Lei n. 14.133/2021).

A Prefeitura Municipal de Itagibá executa diversas ações de interesse da população voltadas para as áreas de saúde, educação, meio ambiente, assistência social, desenvolvimento econômico, infraestrutura, turismo, esporte e cultura entre outras. O acesso do cidadão às informações sobre as ações desenvolvidas pelo Poder Público é de suma importância para o exercício pleno da cidadania, principalmente por considerar que muitas das políticas públicas desenvolvidas pela Prefeitura Municipal de Itagibá tem o objetivo de garantir a proteção e defesa dos direitos elencados pela Constituição Federal de 1988 como essencial para a dignidade como cidadão.

A publicidade é uma ferramenta essencial para divulgar produtos, serviços e marcas em diferentes meios de comunicação, atingindo o público-alvo e alavancando os objetivos específicos do órgão. A necessidade de suprir o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade em diversos meios de divulgação é fundamentada pelos interesses públicos e pelos princípios que regem a administração pública. Busca-se alcançar resultados efetivos na divulgação de campanhas, programas e informações relevantes à população, utilizando métodos e estratégias profissionais que maximizem o impacto da mensagem comunicada, visa ainda, assegurar uma divulgação eficaz, transparente e imparcial das campanhas e informações de interesse público, maximizando o alcance e o impacto dessas iniciativas junto à população.

A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros. A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser



prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela união, Estados e Municípios. Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010. O procedimento administrativo será regido pela Lei Federal nº 12.232/10, complementado por disposições 14.133/21 e 4.680/65, destinado a orientação, informação e conscientização dos cidadãos do município. A Lei 12.232, nos termos do artigo 2º, considera serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas de maneira integrada e que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação assim como a supervisão da execução externa e a distribuição da publicidade junto aos veículos e demais meios de comunicação, com o objetivo de difundir ideias ou ainda informar o público em geral.

A Gestão Pública atual deve estabelecer um diálogo com os munícipes, sendo o serviço de publicidade a mais adequada ferramenta disponível para a Administração Pública assegurar que a transmissão de informações esteja no tempo e na linguagem adequados para que assim todos possam avaliar e usufruir da melhor forma os programas e campanhas do governo atual. Sendo assim, cabe à SEGOV – Secretaria de Governo - utilizar de meios publicitários para fazer a interlocução entre a população e os órgãos públicos que ofertam ações e campanhas de conscientização. Tais ações e campanhas foram levantadas por meio de pesquisa junto às Secretarias Municipais, a fim de elencar as principais necessidades de serviços de comunicação e publicidade de cada setor.

Tendo em vista que o Município de Itagibá não realizou, anteriormente, publicidade institucional, tomou por base, para estimativa do valor a ser destinado à realização da publicidade institucional do Município de Itagibá, como paradigma, valores fixados a partir do registro das necessidades das secretarias municipais e a estimativa de recursos disponíveis para realização de campanhas.

O fato é que a contratação de uma agência de propaganda será um salto qualitativo na comunicação com a população de Itagibá e uma ferramenta indispensável para a Gestão Pública do município.

### **3. DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO**

(art. 6º, XXIII, “a” e “i” da Lei n. 14.133/2021).

3.1. Os serviços servirão ao atendimento das necessidades dos órgãos que compõem a Estrutura Organizacional da Prefeitura Municipal de Itagibá, disciplinada pela Lei Municipal nº 861, de 27 de dezembro de 2021 e outros que venham a ser instituídos durante a vigência do Contrato.

3.2. Os serviços de publicidade acima mencionados compreenderão:

- a) estudo, criação / concepção, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias;
- b) elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- d) criação, produção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, bem como campanhas publicitárias;
- e) criação, produção, veiculação e distribuição de anúncios e publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e/ou internacional;

- f) realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Executivo Municipal, no que se refere à sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e às suas características ao custo da publicidade;
- g) serviços de elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas diversas para divulgação da Prefeitura Municipal de Itagibá e seus órgãos em jornais, rádios, emissoras de TV, outdoors, mini-doors, empena, back light, triedo, bus door, front light, revistas, panfletos, folders e outros;
- h) formulação do Plano de Comunicação;
- i) execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência da Assessoria de Comunicação;
- j) intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

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

- a) Publicidade Institucional: a que tem como objeto divulgar informações sobre atos, obras e programas dos órgãos e entidades governamentais, suas metas e resultados;
- b) Publicidade de Utilidade Pública: a que tem como objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando melhorar a sua qualidade de vida.

#### **4. DO VALOR E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1. O valor previsto para execução dos serviços do objeto é da ordem de **R\$ 486.000,00 (quatrocentos e oitenta e seis mil reais)**, custo no qual estão inclusas todas as despesas.

#### **5. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO**

(art. 6º, inciso XXIII, alínea 'c')

A contratação de uma agência de publicidade visa alcançar resultados significativos em diversos aspectos. Em termos de economicidade, espera-se obter o melhor aproveitamento dos recursos financeiros disponíveis, por meio de negociações vantajosas com fornecedores e obtenção de serviços especializados a preços competitivos. Além disso, a contratação de uma agência permite o melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros do órgão público, concentrando-se em suas atividades principais enquanto a agência assume a responsabilidade de desenvolver e executar as campanhas publicitárias. No que diz respeito à efetividade, a agência de publicidade traz consigo conhecimento especializado do mercado, estratégias de comunicação avançadas e recursos atualizados, resultando em campanhas publicitárias mais assertivas, direcionadas ao público-alvo correto e com maior alcance e impacto. Além disso, a contratação de uma agência comprometida com práticas sustentáveis e responsabilidade social contribui para o desenvolvimento nacional sustentável, por meio da promoção de produtos ou serviços sustentáveis e da participação em iniciativas de responsabilidade social que beneficiam a comunidade. Em suma, a contratação de uma agência de publicidade busca a obtenção de resultados que englobam a economicidade, o melhor aproveitamento dos recursos, a efetividade das campanhas e o desenvolvimento sustentável, proporcionando benefícios tanto para o órgão público quanto para a sociedade como um todo.

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

(arts. 6º, XXIII, alínea "e" da Lei n. 14.133/2021).

6.1 A Agência deverá realizar os serviços de forma presencial na Prefeitura Municipal de Itagibá através de reuniões, conferências e correlatas a partir das solicitações das Unidades, bem como de forma



online através de reuniões do tipo videoconferência e outros meios de comunicação e aplicativos de mensagens de texto instantâneo.

6.2 A execução do objeto será realizada em conformidade com as seguintes etapas:

6.2.1 Planejamento:

- a) Elaboração de um plano de comunicação, contendo as estratégias, objetivos, público-alvo, mensagem central, meios de veiculação e cronograma de execução das campanhas publicitárias.
- b) Definição dos recursos humanos, materiais e financeiros necessários para a execução das atividades.

6.2.2 Criação e Produção:

- a) Desenvolvimento de conceitos criativos para as campanhas, incluindo a criação de peças publicitárias, como anúncios, spots de rádio, vídeos, banners, entre outros.
- b) Produção das peças publicitárias, incluindo gravações, edição de vídeos, design gráfico, redação, entre outros processos relacionados.

6.2.3 Veiculação e Divulgação:

- a) Negociação e contratação de espaços publicitários em mídias diversas, como televisão, rádio, jornais, revistas, internet, mídias sociais, entre outros.
- b) Acompanhamento e controle da veiculação das campanhas publicitárias, garantindo o cumprimento do plano de mídia e a correta divulgação das mensagens.

6.2.4 Monitoramento e Avaliação:

- a) Acompanhamento dos resultados das campanhas publicitárias, por meio de indicadores de desempenho pré-estabelecidos.
- b) Análise do retorno sobre o investimento em publicidade e avaliação da efetividade das ações realizadas.
- c) Realização de pesquisas de opinião e de mercado para medir o impacto das campanhas e a percepção do público.

6.2.5 Relatórios e Prestação de Contas:

- a) Elaboração de relatórios periódicos com informações sobre o desempenho das campanhas, incluindo métricas de alcance, engajamento e resultados obtidos.
- b) Prestação de contas das despesas realizadas com publicidade, conforme exigido pela legislação e normas internas.

6.2.6 Reuniões e Acompanhamento:

- a) Realização de reuniões periódicas entre a Prefeitura Municipal de Itagibá e a agência de propaganda para avaliação do andamento dos serviços e alinhamento de estratégias futuras.

6.3 Tendo em vista o levantamento realizado com cada Unidade Demandante, a SEGOV integrou a esse termo as ações que visa atender as principais demandas apontadas pelas mesmas.



- i. **Secretaria Municipal de Governo:** Festejos Tradicionais de São João, Inaugurações, Festejos Tradicionais do Dia do Evangélico, Festejos de Aniversário da Cidade, Campanha Natal da Cidade, Campanha Reveillon, Ações da Secretaria.
- ii. **Secretaria Municipal de Educação e Cultura:** Campanha de Matrícula, Cardápio Escolar, Projetos Pedagógicos, Campanha de Obras, Campanha Escola Tempo Integral, Campanha de Alfabetização, Campanha do EJA, Campanha Dia da Criança, Campanha Dia do Professor, Campanha Dia do Estudante, Campanha da Jornada Pedagógica, Ações da Secretaria
- iii. **Secretaria Municipal de Saúde:** Campanha de Vacinação, Campanha Prevenção Câncer de Mama, Campanha de Combate à Tuberculose, Campanha de Vacinação Covid, Campanha de Prevenção IST, Campanha de Prevenção São João, Campanha ao Mosquito Aedes Aegypti, Campanha Doação de Órgãos, Campanha Vacinação Raiva, Campanha Hepatites, Campanha Amamentação, Campanha Multivacinação, Campanha Doação de Sangue, Campanha Mutirões de Saúde, Campanha Saúde da Mulher, Campanha Saúde do Homem, Campanha TEA, Campanha Prevenção à Gravidez Precoce, Campanha Hanseníase, Campanhas Atenção Básica, Ações da Secretária de Saúde
- iv. **Secretaria Municipal de Assistência Social:** Campanha Bolsa Família, Campanha Dia da Criança, Campanha Integridade no Serviço, Campanha Bolsa Família Municipal, Campanha Integridade no Serviço, Campanha Cesta Básica, Campanha Grupos de Convivência, Ações da Secretaria.
- v. **Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Juventude:** Campanha Liga Municipal de Futsal, Campanha Campeonato Intermunicipal, Campanha Campeonato Ruralzão, Campanha Supercopa de Futsal, Campanha Recopa de Futsal, Campanha Calendário, Esportivo 2023, Campanha Futevôlei, Campanha Cidade Viva, Ações da Secretaria;
- vi. **Secretaria Municipal de Agricultura e Desenvolvimento Econômico:** Campanha Sala do Empreendedor, Cursos e Treinamentos, Campanha ATER, Campanha da Agricultura Familiar, Ações da Secretaria;
- vii. **Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo:** Campanha Coleta Seletiva de Lixo, Campanha de Educação Ambiental, Campanha de Ecopontos, Campanha Dia Municipal da Água, Ações da Secretaria;
- viii. **Secretaria Municipal de Administração:** Campanha de Recadastramento, Campanha de Consignação, Campanha do Cartão Servidor, Campanha Dia do Servidor Público, Campanha de Manutenção de Praças, Campanha Prefeitura Itinerante, Ações da Secretaria;
- ix. **Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças:** Campanha do IPTU, Campanha do REURB, Campanha Jornada do Planejamento, Campanha do LDO, Campanha do LOA, Campanha do PPA Participativo, Campanha do Plano Anual de Contratações, Ações da Secretaria;
- x. **Secretaria Municipal de Infraestrutura e Serviços Públicos:** Campanha Cidade Limpa, Campanha Cidade em Obras, Campanha de Manutenção de Estradas e Vias Públicas, Campanha da Pavimentação Asfáltica, Campanha Cidade Luz, Ações da Secretaria;
- xi. **Secretaria Municipal de Transportes:** Campanha de Trânsito, Ações da Secretaria;



- xii. **Controladoria:** Campanha Ouvidoria Municipal, Campanha de Acesso à Informação, Campanhas das Audiências Públicas, Campanha Ouvidoria Itinerante, Campanha - Fiscalização

## 7. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

(art. 6º, XXIII, alínea “f” da Lei nº 14.133/21)

### 7.1 ROTINAS DE FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL

**7.1.1** 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 (Lei nº 14.133/2021, art. 115, caput).

**7.1.2** 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 (Lei nº 14.133/2021, art. 115, §5º).

**7.1.3** A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133/2021, art. 117, caput).

**7.1.3.1** O fiscal do contrato anotar em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados (Lei nº 14.133/2021, art. 117, §1º).

**7.1.3.2** O fiscal do contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência (Lei nº 14.133/2021, art. 117, §2º).

**7.1.4** O contratado deverá manter preposto aceito pela Administração no local da obra ou do serviço para representá-lo na execução do contrato. (Lei nº 14.133/2021, art. 118).

**7.1.4.1** A indicação ou a manutenção do preposto da empresa poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a empresa designar outro para o exercício da atividade (IN 5, art. 44, §1º)

**7.1.5** O contratado será obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes de sua execução ou de materiais nela empregados (Lei nº 14.133/2021, art. 119).

**7.1.6** O contratado será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo contratante (Lei nº 14.133/2021, art. 120).

**7.1.7** Somente o contratado será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, caput).

**7.1.7.1** A inadimplência do contratado em relação aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transferirá à Administração a responsabilidade pelo seu pagamento e não poderá onerar o objeto do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, §1º).

**7.1.8** As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim (IN 5/2017, art. 44, §2º).

**7.1.9** O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato (IN 5/2017, art. 44, §3º).

**7.1.10** Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade convocará 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 (IN 5/2017, art. 44, 31º).

7.1.11 Antes do pagamento da nota fiscal ou da fatura, deverá ser consultada a situação da empresa junto ao SICAF.

7.1.12 Serão exigidos a Certidão Negativa de Débito (CND) relativa a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) e a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), caso esses documentos não estejam regularizados no SICAF.

7.1.13 Além do disposto acima, a fiscalização contratual obedecerá às seguintes rotinas:

7.1.13.1 Os serviços, objeto desta Licitação, serão acompanhados pelo GESTOR especialmente designado pelo CONTRATANTE para esse fim, e fiscalizados por Fiscal Administrativo designado pela partir da Portaria nº 688/2023, os quais deverão ter perfil para desempenhar tais tarefas, proporcionando a estes o conhecimento dos critérios e das responsabilidades assumidas.

7.1.13.2 Para o acompanhamento de que trata o subitem anterior, compete ao GESTOR, entre outras atribuições: planejar, coordenar e solicitar da CONTRATADA e seus prepostos, ou obter do CONTRATANTE, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento da execução do objeto licitado e anexar aos autos do processo correspondente cópia dos documentos escritos que comprovem essas solicitações de providências;

7.1.13.3 Compete à FISCALIZAÇÃO dentre outras atribuições:

- a) A fiscalização dos serviços pela Contratante não exclui nem diminui a completa responsabilidade da contratada por qualquer inobservância ou omissão à legislação vigente e às cláusulas contratuais.
- b) Anotar em expediente próprio as irregularidades encontradas, as providências que determinou os incidentes verificados e o resultado dessas medidas;
- c) Assistir o(a) CONTRATADO(A) na escolha dos métodos executivos mais adequados;
- d) Confirmar a medição dos serviços efetivamente realizados, dos cronogramas de execução do objeto contratado.
- e) Conhecer detalhadamente o Contrato e as cláusulas nele estabelecidas;
- f) Controlar a qualidade e quantidade dos materiais utilizados e dos serviços executados, rejeitando aqueles julgados não satisfatórios;
- g) Determinar a paralisação da execução do Contrato quando, objetivamente, constatada uma irregularidade que precisa ser sanada, agindo com firmeza e prontidão;
- h) Dirimir as eventuais omissões e discrepâncias das especificações;
- i) Emitir atestados ou certidões de avaliação dos serviços prestados, das obras executadas ou daquilo que for produzido pelo contratado;
- j) Estabelecer diretrizes, dar e receber informações sobre a execução do Contrato;
- k) Exigir do(a) CONTRATADO(A) a modificação de técnicas inadequadas, para melhor qualidade na execução do objeto licitado;
- l) Exigir fiel cumprimento do Contrato e seus ADITIVOS pelo(a) CONTRATADO(A);
- m) Exigir pontualidade no cumprimento dos horários de funcionamento fixados.
- n) Indicar ao gestor que efetue glosas de medição por serviço mal executados ou não executados e sugerir a aplicação de penalidades ao contratado em face do inadimplemento das obrigações;
- o) Levar ao conhecimento dos seus superiores aquilo que ultrapassar às suas possibilidades de correção;
- p) Relatar as ocorrências que exijam comunicação às autoridades competentes.
- q) Rever, quando necessário as especificações técnicas, adaptando-as às condições específicas;
- r) solicitar o assessoramento técnico, caso necessário;
- s) Verificar a adequabilidade dos recursos empregados pelo CONTRATANTE, exigindo a melhoria dos serviços dentro dos prazos previstos;
- t) Verificar e atestar as medições e encaminhá-las para aprovação do CONTRATANTE;
- u) Zelar pela fiel execução do objeto e pleno atendimento às especificações explícitas ou



implícitas;

## **8. DAS OBRIGAÇÕES GERAIS**

### **8.1. Constitui-se obrigação da CONTRATANTE:**

- I - comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte e quatro horas úteis;
- II - fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- III - notificar, formal e tempestivamente a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- IV - notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- V - designar preposto para acompanhar e fiscalizar a execução do presente Contrato;
- VI - pagar corretamente as faturas aprovadas, nas datas previstas, conforme contratado;
- VII - suspender o pagamento da CONTRATADA quando identificado atraso superior a 10 (dez) dias no pagamento/repasse a terceiros, de valores desembolsados pelo CONTRATANTE. O CONTRATANTE notificará a CONTRATADA, por escrito, quando desta suspensão de pagamentos.

### **8.2. Constitui-se obrigação da AGÊNCIA:**

- I - operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- II - realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE;
- III - centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Itagibá - Bahia;
- IV - utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;
- V - envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;
- VI - negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes da Cláusula Quinta, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE;
- VII - fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução; se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal 12.232/10;
- VIII - obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;
- IX - submeter a subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE. Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE;

- X - após a aprovação do serviço pelo CONTRATANTE, produzir arquivo de mídia com disponibilização em Nuvem de cada filme para TV, de *spots e jingles* de rádio e dois exemplares de revistas, jornais e demais peças impressas, bem como com todas as peças produzidas digitalizadas;
- XI - orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo CONTRATANTE. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no inciso X desta Cláusula;
- XII - entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio;
- XIII - registrar em Relatórios de Atendimento as reuniões entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
- XIV - tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada;
- XV - só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização;
- XVI - prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;
- XVII - submeter previamente ao CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira;
- XVIII - manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste;
- XIX - cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior;
- XX - cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;
- XXI - assumir os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
- XXII - responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
- XXIII - apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;
- XXIV - administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio CONTRATANTE;
- XXV - manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE;
- XXVI - responder perante o CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;
- XXVII - responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE;



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

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

## **9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

(art. 6º, inciso XXIII, alínea 'h', da Lei n. 14.133/2021)

9.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de Concorrência, modalidade Técnica e Preço.

9.1.1 Previamente à celebração do contrato, a Administração verificará o eventual descumprimento das condições para contratação, especialmente quanto à existência de sanção que a impeça, mediante a consulta a cadastros informativos oficiais, tais como:

b) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União ([www.portaldatransparencia.gov.br/ceis](http://www.portaldatransparencia.gov.br/ceis)); e

c) Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>)

9.1.2 A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa fornecedora e de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

9.1.3 Caso conste na Consulta de Situação do Fornecedor a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o gestor diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

9.1.4 A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.

9.1.5 A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa fornecedora e de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

9.1.6 O fornecedor será convocado para manifestação previamente a uma eventual negativa de contratação.

9.1.7 Caso atendidas as condições para contratação, a habilitação do fornecedor será verificada por meio do SICAF, nos documentos por ele abrangidos.

9.1.8 É dever do fornecedor manter atualizada a respectiva documentação constante do SICAF, ou encaminhar, quando solicitado pela Administração, a respectiva documentação atualizada.

9.1.9 Não serão aceitos documentos de habilitação com indicação de CNPJ/CPF diferentes, salvo aqueles legalmente permitidos.

9.1.10 Se o fornecedor for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se o fornecedor for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto para atestados de capacidade técnica, caso exigidos, e no caso daqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

9.2. Serão aceitos registros de CNPJ de fornecedor matriz e filial com diferenças de números de documentos pertinentes ao CND e ao CRF/FGTS, quando for comprovada a centralização do recolhimento dessas contribuições.

9.2.1 Para fins de contratação, deverá o fornecedor comprovar os seguintes requisitos de habilitação:



## 10 DA HABILITAÇÃO

### 10.1.1. Quanto à **HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

- g) No caso de empresário individual, inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis;
- h) Para as sociedades empresárias ou empresas individuais de responsabilidade limitada - EIRELI: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;
- i) Em se tratando de sociedades comerciais, contrato social ou estatuto em vigor, devidamente registrado, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- j) 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;
- k) Inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- l) Decreto de autorização, em se tratando de sociedade empresária estrangeira em funcionamento no País;

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

### 10.1.2. Quanto à **HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:**

- h) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (**CNPJ**);
- i) Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal**, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- j) prova de Regularidade com a **Fazenda Estadual e Municipal** do domicílio ou sede do licitante;
- k) 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 1.751, de 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.
- l) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (**FGTS**);
- m) 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 5.452, de 1º de maio de 1943;
- n) **Declaração** em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, através da apresentação de declaração que comprove a inexistência de menor no quadro da empresa conforme Modelo do Anexo VII.

### 10.1.3. Quanto à **HABILITAÇÃO TÉCNICA:**

- a) Prova de Registro e Regularidade da Agência de Publicidade perante Conselho Nacional de Normas-Padrão - **CENP**;
- b) Comprovação, através da apresentação de um ou mais **atestados de capacidade técnica**, fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou certidões, regularmente emitidos pelo conselho profissional competente, quando for o caso, onde conste que a licitante manteve ou mantém contrato que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior, bem como estar claramente assinalado o cargo/função daquele que assinou o atestado em favor da proponente.



- c) **Declaração** da licitante de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação, conforme modelo constante do **Anexo VI**;
- d) **Declaração** formal de que disporá, por ocasião da futura contratação, do pessoal técnico, das instalações e do aparelhamento adequados e disponíveis para a realização do objeto considerados essenciais para a execução contratual, conforme modelo do **Anexo VI**, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

10.1.3.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto na letra “a” do item 10.1.3. poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

10.1.3.2. O documento relacionado na letra “d” do item 10.1.3. deverá ser apresentado tendo por anexo Declaração ou Curriculum Vitae, preferencialmente em plataforma Lattes, contendo a qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos indicados na proposta e termo de anuência assinado por cada profissional.

10.1.3.3. Os profissionais indicados pelo licitante na forma do item 10.1.3 “d” deverão participar do serviço objeto da licitação, e será admitida a sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela Administração.

#### 10.1.4. Quanto à **HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**:

a) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, constando obrigatoriamente o selo de Declaração de Habilidade Profissional - DHP, fornecido pelo Conselho Regional de Contabilidade em nome do contabilista responsável pela confecção do documento, com os termos de abertura e encerramento devidamente registrados na Junta Comercial de origem, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta.

b) Comprovação de Patrimônio Líquido no valor mínimo de 10% (dez por cento) do montante estimado para contratação, mediante apresentação de declaração firmada pelo contador da licitante, em papel timbrado da empresa e na qual conste o nome e o número de registro do profissional no Conselho Regional de Contabilidade, atestando que a informação foi extraída do balanço patrimonial do último exercício social já exigível;

c) Certidão negativa de falência, concordata e recuperação judicial expedida pelo distribuidor judicial da sede da licitante, com data de emissão não superior a 30 (trinta) dias anteriores à data de abertura da Licitação.

10.1.4.1. A licitante com menos de 01 (um) ano de existência - que ainda não tenha balanço patrimonial, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

10.1.4.2. Os documentos referidos no 10.1.4 “a” limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos

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

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



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

Onde :

ILC = índice de liquidez corrente

AC = ativo circulante

PC = passivo circulante

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

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

Onde:

ILG = índice de liquidez geral

AC = ativo circulante

PC = passivo circulante

RLP = realizável em longo prazo

ELP = exigível em longo prazo

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

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

Onde:

IE = índice de endividamento

PC = passivo circulante

ELP = exigível em longo prazo

AT = Ativo Total

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

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

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



10.1.4.6. Os valores financeiros acima referidos poderão ser atualizados para a data da licitação pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), devendo, neste caso ser apresentada a respectiva memória de cálculo.

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

## 11. DAS PENALIDADES

11.1. O licitante que ensejar o retardamento da execução do certame, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do Contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal garantida o direito prévio da citação e da ampla defesa, ficará impedido de licitar e contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 (dois) anos, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, sem prejuízo das multas previstas no edital e no termo de contrato e das demais cominações legais.

11.2. A Contratada ficará, ainda, sujeita às seguintes penalidades, em caso de inexecução total ou parcial do contrato, erro de execução, execução imperfeita, mora de execução, inadimplemento contratual ou não veracidade das informações prestadas, garantida a prévia defesa:

I – advertência, sanção de que trata o inciso I do art. 156, da Lei Federal n.º 14.133/2021, poderá ser aplicada nos seguintes casos:

a) Descumprimento das obrigações e responsabilidades assumidas na licitação;  
b) Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços da Contratante, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

II – multas (que poderão ser recolhidas em qualquer agência integrante da Rede Arrecadadora de Receitas Federais, por meio de Documento de Arrecadação Municipal – DAM, a ser preenchido de acordo com instruções fornecidas pela Contratante);

a) De **1%** (um por cento) sobre o valor contratual total do exercício, por dia de atraso na prestação dos serviços ou indisponibilidade do mesmo, limitada a 10% do mesmo valor;

b) De **2%** (dois por cento) sobre o valor contratual total do exercício, por infração a qualquer cláusula ou condição do contrato, não especificada nas demais alíneas deste inciso, aplicada em dobro na reincidência;

c) De **5%** (cinco por cento) do valor contratual total do exercício, pela recusa em corrigir qualquer serviço rejeitado, caracterizando-se a recusa, caso a correção não se efetivar nos 05 (cinco) dias que se seguirem à data da comunicação formal da rejeição;

III – suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Município de Itagibá, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade, depois do ressarcimento à Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

11.3. No processo de aplicação de penalidades é assegurado o direito ao contraditório e à ampla defesa, garantida nos prazos de 05 (cinco) dias úteis para as sanções previstas nos incisos **I, II e III do item 13.2 supra** e 10 (dez) dias corridos para a sanção prevista no **inciso IV** do mesmo item.

11.4. O valor da multa aplicada deverá ser recolhido ao Tesouro Municipal no prazo de 5 (cinco) dias a contar da notificação ou decisão do recurso. Se o valor da multa não for pago, ou depositado, será automaticamente descontado do pagamento a que a Contratada fazer jus.



Em caso de inexistência ou insuficiência de crédito da Contratada, o valor devido será cobrado administrativamente ou inscrito como Dívida Ativa do Município e cobrado mediante processo de execução fiscal, com os encargos correspondentes.

11.5. As sanções previstas nos incisos **III e IV do item 13.2** supra, poderão ser aplicadas às empresas que, em razão do contrato objeto desta licitação:

I – praticarem atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;

II – demonstrarem não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública, em virtude de atos ilícitos praticados;

III – sofrerem condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos.

11.6. As sanções previstas nos incisos I, III e IV do item 13.2 supra poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II do mesmo item, facultada a defesa prévia do interessado no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

11.7. A licitante adjudicatária que se recusar, injustificadamente, em firmar o Contrato dentro do prazo de 02 (dois) dias úteis a contar da notificação que lhe será encaminhada, estará sujeita à multa de 5% (cinco por cento) do valor total adjudicado, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, por caracterizar descumprimento total da obrigação assumida.

11.8. As sanções previstas no item 13 supra não se aplicam às demais licitantes que, apesar de não vencedoras, venham a ser convocadas para celebrarem o Termo de Contrato, de acordo com o edital, e no prazo de 48 (quarenta e oito) horas comunicarem seu desinteresse.

**11.9. A CONTRATADA se sujeita às seguintes penalidades:**

a) Advertência, por escrito, sempre que ocorrerem pequenas irregularidades, para quais haja concorrido.

b) Multas sobre o valor total atualizado do contrato:

b1) 0,20% (vinte décimos por cento) do valor do contrato, por dia de atraso no prazo contratual, até o trigésimo dia, ou nos prazos parciais das Ordens de Serviços, limitadas a 20% do valor da fatura;

b2) 0,40% (quarenta décimos por cento) do valor deste contrato, por dia de atraso superior a 30 (trinta) dias, limitadas a 20% do valor da fatura.

b3) Multa de até 30% (trinta por cento) em caso de descumprimento das normas do edital e o do contrato.

c) A multa dobrará a cada caso de reincidência, não podendo ultrapassar a 30% do valor atualizado do contrato, sem prejuízos da cobrança de perdas e danos que venham a ser causados ao interesse público e da possibilidade da rescisão contratual;

d) Suspensão do direito de contratar com o município de Itagibá pelo período máximo de 03 (três) anos nas hipóteses previstas no incisos II, III, IV, V, VI e VII do art. 155, da Lei Federal 14.133/2021

e) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.

g) O valor de cada multa será atualizado monetariamente, caso haja fator de reajustamento de preços vigente no mês em que cessar o motivo que lhe deu origem.

h) As multas previstas na alínea “b” poderão, a critério da Administração, serem aplicadas isoladas ou conjuntamente com outras sanções, a depender do grau da infração cometida pelo adjudicatário.

i) Quando aplicadas, as multas deverão ser pagas espontaneamente no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis ou serem deduzidas do valor correspondente ao valor do fornecimento, após prévio processo administrativo, garantida a ampla defesa e o contraditório ou, ainda, cobradas judicialmente, a critério da Prefeitura Municipal de Itagibá.

j) Os danos e prejuízos serão ressarcidos à contratante no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, contado da notificação administrativa à contratada, sob pena de multa.



l) Esgotados todos os prazos de execução do objeto do contrato que tiverem sido concedidos pela autoridade contratante, a contratada ficará automaticamente impedida de participar de novas licitações enquanto não ressarcir os danos causados à Administração Pública Municipal ou cumprir a obrigação antes assumida, sem prejuízo de outras penalidades.

11.10. A penalidade de declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública será de competência da Prefeita Municipal de Itagibá, as demais penalidades serão de competência do **Secretário Municipal de Planejamento e Finanças**.

## **12. DO RECEBIMENTO**

12.1 A partir do recebimento da ordem de serviço iniciará, para a CONTRATADA, o prazo para a execução dos serviços.

12.2 Os serviços serão recebidos pelo fiscal do contrato da seguinte forma:

E.1) Provisoriamente, para efeito de testes e verificação da qualidade, quantidade e da conformidade com as especificações solicitadas;

E.2) definitivamente, após realizada a verificação com aceitação da conformidade citada no subitem anterior;

E.3) o prazo para o recebimento definitivo será de 3 (três) dias, contados da data do recebimento provisório;

E.4) caso o serviço não seja compatível com as especificações solicitadas, a CONTRATADA deverá proceder a correção no prazo máximo de 48h, entretanto, em razão da complexidade, o prazo máximo poderá ser definido em acordo entre as partes;

E.5) caso seja constatado que o objeto substituído/regularizado permanece em desacordo com as especificações, a contagem do prazo para realizar o refazimento é de 72h.

E.6) o recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade civil e administrativa da CONTRATADA.

E.7) o objeto do contrato poderá ser rejeitado, no todo ou em parte, quando estiver em desacordo com o contrato.

## **13. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO**

13.1. A remuneração da contratada pelos serviços prestados será feita nos termos da cláusula quinta e sexta da Minuta do Contrato, consoante os percentuais estabelecidos em sua proposta de preços.

13.2. O pagamento será efetuado mediante a apresentação do relatório de serviços executados para verificação e posterior deferimento e atesto, contendo as respectivas notas fiscais, devidamente atestadas por quem de direito.

13.3. Os custos e as despesas de veiculação apresentados aos municípios para pagamento deverão ser acompanhadas da demonstração do valor devido aos veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.

13.4. As notas fiscais/faturas devem ser emitidas pelos veículos e fornecedores contra a contratada, e esta, por sua vez, emitirá Nota Fiscal contra o município, contendo histórico e descrição completa dos serviços prestados, com exceção dos serviços de veiculação.

13.5 Os serviços de mídia como planejamento e distribuição de veículos serão remunerados à agência vencedora mediante o “desconto padrão” de 20% concedido pelos veículos de divulgação de acordo com o Parágrafo único do art. 11, da Lei nº 4.680/65 e Normas – Padrão da Atividade Publicitária, tutelados o pelo CENP.

## **14. DA VALIDADE E DA VIGÊNCIA**



14.1. O Contrato resultante da presente Licitação terá vigência a partir de sua assinatura, tendo validade de **17 (dezesete meses)**, podendo o prazo de vigência ser automaticamente prorrogado quando seu objeto não for concluído no período firmado no contrato, conforme permissivo no art. 111, Lei Federal Nº 14.133/2021 e suas alterações.

#### **15. DO REAJUSTAMENTO E DA REVISÃO DE PREÇOS:**

15.1. Os preços propostos não serão passíveis de reajustamento pelo período de **12 (doze) meses** na forma da Lei Federal nº 14.133 de 01.04.2021. Após este período, os mesmos serão reajustados na mesma periodicidade e com base na variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA.

15.2 Havendo comprovado desequilíbrio contratual, caberá revisão de preços pactuados, para mais ou para menos, nos termos fixados nos arts. 22, todos da Lei Federal 14.133/2021.

15.3. No caso de desequilíbrio contratual, cabe à parte que alega demonstrar concreta e objetivamente o quantum do impacto negativo na economia contratual.

#### **16. DA EXECUÇÃO, DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO DO CONTRATO**

16.1. O Contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas contratuais e as normas dispostas na Lei Federal Nº 14.133/2021 e alterações posteriores, bem como legislação pertinente, respondendo cada uma pelas consequências de sua inexecução, total ou parcial.

16.2. A rescisão do contrato se dará nos termos dos artigos 137 e 138 da Lei Federal Nº 14.133/2021.

16.6.3. No caso de rescisão provocada por inadimplemento do contratado, o contratante poderá reter, cautelarmente, os créditos decorrentes do contrato até o valor dos prejuízos causados, já calculados ou estimados.

16.4. Quando a rescisão ocorrer nas hipóteses dos artigos 137 da Lei Federal Nº 14.133/2021, sem que haja culpa do CONTRATADO, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados.

16.5. No procedimento que visa à rescisão do contrato, será assegurado o contraditório e a ampla defesa, sendo que, depois de encerrada a instrução inicial, o CONTRATADO terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para se manifestar e produzir provas, sem prejuízo da possibilidade de o CONTRATANTE adotar, motivadamente, providências acauteladoras.

16.6. O Contrato extinguir-se-á pela implementação do seu termo final, com o integral cumprimento das obrigações nele estipuladas, e, poderá ser rescindido, pelo descumprimento de qualquer cláusula ou obrigações pactuadas, e especialmente pela ocorrência das hipóteses previstas nos artigos 137 e 138 da Lei Federal Nº 14.133/2021, cujos dispositivos a Contratada declara conhecer, submetendo-se irrestritamente, a todas as determinações estabelecidas.

#### **17. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

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

<b>Dotação Orçamentária</b>			
<b>Unidade Gestora</b>	<b>Projeto/Atividade</b>	<b>Elemento de Despesa</b>	<b>Fonte</b>
Secretaria Municipal de Governo	2002	33903900	15000000
Secretaria Municipal de Governo	2006	33903900	15000000
Fundo Municipal de Educação e Cultura	2019	33903900	15000000



Fundo Municipal de Saúde	2050	33903900	15000000
--------------------------	------	----------	----------

## 18. DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

18.1. O contrato originário deste processo, poderá ser alterado nos casos previstos no art. 124 Lei Federal 14.133/2021, desde que haja interesse do CONTRATANTE, com a apresentação das devidas justificativas.

18.2. A CONTRATADA ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições deste contrato, acréscimos ou supressões na execução do objeto da presente licitação, de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme art. 125 Lei Federal 14.133/2018.

## 19. DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1 Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília - DF.

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

19.3 As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

19.4 Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

19.5 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

19.6 O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.



CONCORRÊNCIA N° 006/2023

ANEXO I – BRIEFING

RESUMO - informações essenciais sobre o Projeto

## 1 - HISTÓRICO DA CIDADE

Informações gerais, desde fundação, formação da comunidade, famílias, governos, pontos geográficos, até pontos turísticos etc.

### a) Informações Gerais

Itagibá é um município brasileiro do Estado da Bahia, localizada na Mesorregião Centro-Sul Baiana, na Microrregião de Jequié, inserida no Território de Identidade do Médio Rio de Contas. Limita-se com os Municípios de Ipiaú, Aiquara, Dário Meira, Itagi e Itapitanga. Tem uma população estimada em 15.193 habitantes e área territorial de 810,993 km<sup>2</sup>. Está localizada a 383 Km de Salvador.

### b) Aspectos Históricos

O início da história de Itagibá foi marcado pela presença de índios Tupis- Guaranis, primeiros habitantes do município. Tempos depois, por volta de 1900, o local foi tomando aspecto de uma fazenda com vários moradores, e a história aponta como primeiro desbravador, o senhor Martins Ribeiro, proprietário das terras onde o município surgiu. A pequena vila começou a crescer, bem como, o número de habitantes. Novas casas foram construídas. A sua localização era o ponto estratégico para ligar o município de Ipiaú a Boa Nova, Vitória da Conquista e fazendas da região. Os moradores ou viajantes para chegarem até Ipiaú tinham que passar por Itagibá se preferissem fazer o caminho mais curto, que era atravessando o Rio de Contas entre Ipiaú e Itagibá. A partir daí tornou-se um povoado. E assim, deram o nome de Distampina, por ser um lugar aberto e destampado, devidamente oficializado pelo Decreto Estadual 9.157, de 10/10/1934. (CEPLAC, 1980).

Em 1930, período de radicalização política na história do Brasil, os municípios de Boa Nova e Itacaré entraram em litígio e Distampina (primeiro nome) passou a pertencer a Itacaré. Depois houve um litígio entre Itacaré e Itapira (hoje Ubaitaba), e Distampina passou a pertencer a Itapira. Nessa consecução de litígios e disputas, Distampina passou a fazer parte do Município de Boa Nova em 25 de Novembro de 1935, transformando-se em Distrito de Paz. Assim, durou o Distrito de Distampina 12 anos. Em 25 de Novembro de 1947, o prefeito interventor de Boa Nova, o Dr. Odorico Mota Silveira mudou o Nome de Distampina para Itagibá, que na língua Tupi significa “pedra forte-pedra dura. (id, CEPLAC, 1980).

Itagibá começou a crescer e, com isso, veio o desejo de emancipação. O povo de Itagibá, juntamente com políticos influentes, liderados pelos senhores José Carlos de Almeida, Juvenal Almeida Sampaio, Dermeval Luzia Santos, Mário J. Alves e Osmar Costa Almeida, redigiram um memorial aos deputados Josapha Marinho, Osvaldo Pinto de Carvalho e Osias Maron, com abaixo-assinado solicitando a emancipação do Distrito. Como em todo tipo de sistema econômico e, neste caso, o sistema capitalista, a atividade comercial teve grande importância no desenvolvimento do povoado. O Distrito desenvolvia-se juntamente com a economia mundial, quando eram exploradas lavouras de subsistência (milho, feijão e mandioca) e também criações de suínos e bovinos.



Naquele tempo, o cangaço teve livre curso e Distampina foi palco de cenas deprimentes, praticadas por bandoleiros que viviam sob a tutela de coronéis. Felizmente, isso durou pouco tempo, porque logo após, houve um litígio entre Itacaré e Itapira (hoje Ubaitaba) e Distampina passou para o domínio de Itapira. Graças aos esforços de alguns habitantes, Distampina passou para o domínio de Boa Nova em 25 de novembro de 1935, transformando-se em distrito de Paz de Distampina. A população foi crescendo, e mais tarde o distrito teve a alegria de receber um médico e uma professora formada: Dr. Noé Bonfim e esposa, D. Noêmia Bonfim, que aqui viveram muito tempo, dando um pouco de saúde e educação. Assim permaneceu, por doze anos, o Distrito de Distampina. Em 25 de maio de 1947, o prefeito interventor de Boa Nova, mudou o nome de Distampina para Itagibá, que na língua Tupy significa Pedra forte, Pedra dura.

O descaso do poder público de Boa Nova em relação à Itagibá era visto claramente nas ruas sem calçamento, casas construídas de forma desordenadas e falta de saneamento básico. A condição em que o Distrito se encontrava fez com que o senhor Hélio Vaz de Quadros e Walter Lomanto, que eram vereadores da Câmara Municipal de Boa Nova, levassem o projeto de emancipação para a cidade de Boa Nova, para o então Prefeito o senhor Landualdo Magalhães Silveira, que ao apresentar na Câmara de Vereadores teve a votação a favor e logo encaminhou à Assembleia Legislativa do Estado da Bahia.

Em 14 de agosto de 1958, por força da Lei Estadual nº 1.020, cria-se o Município de Itagibá, desmembrando-o do Município de Boa Nova. Assim, Itagibá atingiu o seu objetivo, passando a gerir o seu próprio destino. A Lei foi assinada pelo governador da época, Antônio Balbino. No artigo 2º, da supracitada Lei, consta que o Município de Itagibá será constituído de dois distritos: Itagibá (sede) e Japomirim. Assim, em 12 de abril de 1959, instala-se o 1º Governo Municipal de Itagibá, tendo como prefeito eleito pelo povo, o Profº José Fernandes, aos 26 anos de idade. Atualmente o município de Itagibá é constituído por dois povoados: Acaraci e Tapiragi e um Distrito: Japomirim.

Como pioneiros em suas respectivas profissões, destacaram no passado: Hélio Quadros 1º Armazém de Cacau e 1º Industriário, Noé Bonfim, 1º médico; Noêmia Bonfim, 1ª professora formada; Licurgo Meira de Brito Lobo, 1º professor leigo da zona urbana; Célia Carvalho Almeida, 1ª professora leiga da zona urbana; Timóteo Marcolino da Silva, 1º professor leigo da zona rural; Jocélsia de Almeida Fernandes, 2ª professora formada. O 1º padre que serviu a comunidade foi o Pe. Fileto e o 1º da paróquia foi o Pe. Emanuel Ranchella Passionista. Adilina Maria de Jesus (Mãe Dilina) foi a 1ª parteira do município.

Em 16 de julho de 1967, foi criada a Comarca de 1ª Entrância de Itagibá, sendo o Dr. Almir Augusto Vieira, seu 1º Juiz de Direito; Cibele Almeida, 1ª Promotora de Justiça; Hilda de Sá Philadelpho, 1ª Advogada.

Em 14 de agosto de 1996, a Comarca de Itagibá foi elevada para 2ª Entrância, graças aos esforços do juiz de direito Dr. Wolney de Azevedo Perrucho Júnior e dos políticos locais, com destaque para Dr. Aurélio Quadros, mais conhecido como Léo Quadros, prefeito na época.

### c) Aspectos Culturais

O Município de Itagibá é rico na diversidade cultural. As festas populares e religiosas traduzem a cultura popular, seus conhecimentos, suas tradições e a linguagem do povo. Nesse sentido, as manifestações culturais reafirmam os laços sociais e raízes que aproximam os homens, movimentam, resgatam lembranças e emoções.

**Vila Cultural** – Criada em 2013, a Vila tem por objetivo resgatar as manifestações juninas que ocorriam em épocas anteriores na Praça Duque de Caxias, e que deu origem ao grande São João dos dias atuais. Durante a Vila ocorre a participação das escolas do município. Entre as disputas destacam as escolhas das garotas juninas em diferentes modalidades, concurso de quadrilhas juninas, além de brincadeiras como o pau de sebo e o quebra pote. Além disso, a vila Cultural apresenta-se como o meio de oportunidades aos artistas da terra, que se apresentam em shows musicais durante as noites do evento. Na ocasião, é homenageada uma pessoa da comunidade que contribuiu para a história e a cultura do município.

Foto 01 - Vila Cultural.



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

**Parque do Vaqueiro** - O parque do Vaqueiro apresenta-se como espaço onde ocorrem as festas dos vaqueiros e disputas de equiprovas (três tambores, baliza, prova do chapéu, dentre outras) além de ser utilizado como espaço de apresentação de bandas, tanto em festas públicas, quanto pela iniciativa particular. Nesse Parque, os peões treinam seus animais e realizam competições, onde comparecem vaqueiros locais e de toda a região.

**Ensaio na Praça** – é uma proposta de trabalho baseado em atividades culturais realizado nas praças públicas em que os artistas locais e regionais apresentam seus talentos para a comunidade. A proposta visa a revitalização das praças públicas, formação de público

consumidor de cultura, proporcionar entretenimento à população e possibilitar aos artistas, oportunidades de exposição de seus trabalhos

**Praça do Forró** – No período junino a Praça Tote Lomanto se transforma na Praça do Forró tornando-se o espaço da grande festa de São João que, anualmente, atrai milhares de foliões das mais diversas regiões da Bahia e do Brasil. Durante o São João ocorre apresentações de quadrilhas juninas e desfile de garotas juninas, brincadeiras como o pau de sebo e o quebra pote, além de comercialização de comidas e bebidas típicas. A animação da festa fica por conta de grandes bandas de expressão regional e nacional que se apresentam durante as noites de festas.

Foto 02 – Praça Tote Lomanto - Praça do Forró.



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

#### **d) PRINCIPAIS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS:**

##### **O melhor São João da Bahia: um pouco de história**

“A princípio, os festejos juninos de Itagibá tinham características familiares. Grupos de pessoas iam de casa em casa, para beber licor e se fartarem com iguarias típicas da ocasião. Não faltavam as fogueiras, fogos, balões, forró e sanfoneiros animando o arrasta-pé. Na década de 70, a festa ganhou espaço no extinto Clube Littero Social de Itagibá, onde acontecia o Concurso Garota Junina Regional e os Forrós animados pelas Bandas Lordão e Vera Cruz, atraindo forrozeiros de toda região. Entretanto, não perdeu sua característica inicial. Com o passar do tempo, a festa foi consolidando-se, tornando-se uma tradição. Havia mais uma vez, a necessidade de um espaço maior que abraçasse todos os filhos da terra e visitantes. Por iniciativa da Advogada Dr<sup>a</sup> Hilda Philadelpho e do Comerciante Inaldo Sampaio Luz, a festa foi concentrada na Praça Duque de Caxias, (Praça do Banco do Brasil) que passou a ser conhecida como “Praça do Forró.” (Depoimento de Dr<sup>a</sup> Hilda de Sá Philadelpho – advogada e moradora antiga do município – in memoria). O festejo criou fama, atraiu turistas, envolveu

personalidades públicas e ficou conhecido em todo o País, com isso, teve a necessidade de ser transferido para a Praça Tote Lomanto. (Praça da Feira).

Atualmente a estrutura do São João, oferece aos munícipes e aos visitantes, diversão com segurança e tranquilidade, com uma bela decoração, idealizada e executada por artesões locais, sendo sua confecção artesanal. Ressaltamos que o crescimento do referido festejo não sufocou suas características típicas, ao contrário, mantém viva a cultura popular: o casamento matuto, as quadrilhas, danças caipiras, o jêgue do licor, o cortejo junino, a lavagem da Praça do Forró, os fogos, fogueiras, quebra potes, pau-de-sebo, garotas juninas, comidas típicas, dentre outros. A consolidação vem com as atrações musicais de peso nacional, que primam pela preservação do forró, sem interferência de outros ritmos.

Foto 03 – Ornamentação da Praça do Forró.



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

### **Quadrilhas juninas.**

Tradição em grande parte do Nordeste, a quadrilha teve ponto culminante em Itagibá, nos tempos em que os sócios do Clube Lítero Social a colocou no seu calendário anual de festas. As quadrilhas da nossa cidade participaram de muitos concursos em outras localidades, demonstrando que aqui em Itagibá os festejos juninos sempre foram animados. Atualmente as quadrilhas se apresentam na Vila Cultural e na Praça do Forró durante os dias de festa, e são compostas por jovens sobretudo, alunos da rede pública Municipal.

### **Bumba meu boi**

O Sr. Olavo, antigo morador desta terra, foi figura marcante nesta tradição folclórica. Com animado grupo devidamente vestido com roupas coloridas, brincavam nas ruas de Itagibá, alegrando e também assustando algumas crianças, visto que a figura do boi brincalhão lançava – se contra as pessoas fazendo assim uma verdadeira algazarra na cidade.

No início de 2014 a Coordenação de Cultura confeccionou um Bumba meu boi e organizou apresentações na sede do município, nos povoados e na zona rural. As apresentações contaram com a participação de um grupo de idosos que mantém esta tradição em nosso município.

Foto 04 – Bumba meu boi



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

### **Terno de Reis**

O Terno de Reis de Itagibá se caracterizava por animado grupo de amigos, sob a liderança de Sr. Dionísio Sérvulo Miranda, que saíam de porta em porta com pandeiro na mão e uma animada música que a todos seduzia. Com a conhecida frase “ou de casa ou de fora, somos cantador de reis...” eles faziam com que as pessoas se contagiassem e os acompanhassem pelas ruas da cidade. Esta manifestação durou por muito tempo e deixou saudades a todos que recordam dessa manifestação.

Os donos das casas, em contrapartida, mantinham uma mesa farta de bebidas e comidas típicas para servir ao grupo de festeiros e seus acompanhantes, e quando terminavam os “comes e bebes”, começavam o tradicional e animado samba de roda. Os “festeiros” acreditam que o costume é uma maneira de integrar as pessoas da cidade.

Embora o Terno de Reis de Itagibá tenha passado por momento de altos e baixos em seu culto, ele é uma prática de grande importância na cidade de Itagibá, tendo seu auge no ano de 2008, período em que o grupo fez inúmeras apresentações tanto no município de Itagibá quanto na região. O grupo é composto, sobretudo por pessoas idosas que anualmente saem pelas casas no mês de janeiro em cantoria ao ritmo de tambores e pandeiros. Diante de sua importância foi produzido um vídeo documentário, intitulado Terno de Reis de Itagibá: entre o uso e o desuso e o livro, ambos de autoria, do pesquisador Hamilton Pacheco Santos. (SANTOS, Hamilton

Pacheco et al. Terno de reis de Itagibá. Ilhéus: Editus, 2008). Atualmente o grupo encontra-se vinculado a uma ONG local.

A secretaria Municipal de Educação e Cultura de Itagibá, através da sua coordenação de cultura vem realizando um trabalho de apoio e incentivo a essa importante manifestação local. No início de 2014, a coordenação de Cultura, juntamente com membros da comunidade, ligados a essa manifestação cultural, realizaram várias apresentações na sede do município, nos povoados e na zona rural.

Foto 05 – Terno de Reis.



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

### **As cavalgadas e Equiprovas**

A história das Cavalgas e equiprovas se confundem com o próprio trabalho do homem do campo na lida diária com o boi. Cabia ao vaqueiro a tarefa de reunir os animais para o trato, para vender ou ainda para se deslocar de uma região a outra. É bem aí que começa a história das vaquejadas e cavalgadas. De início, estas atividades marcavam apenas o encerramento festivo de uma etapa de trabalho. Reunir o gado, ferrá-lo, castrá-lo e depois conduzi-lo para a “invernada” onde ainda existissem pastos verdes – esse era o trabalho essencial dos vaqueiros.

Com o passar do tempo, os esportes se popularizaram de tal forma que as atividades acontecem no calendário com datas marcadas, sendo estabelecida na cidade a criação de uma associação local de peões e amazonas denominada Peão Xonado. As cavalgadas e equiprovas locais envolvem um espírito de competição e um clima de festa de arrastar multidões e “embriagar” de emoção quem dela participa. As equiprovas são realizadas no Parque Manoel Fonseca – Parque do Vaqueiro – ou no Rancho Cachoeira.



As cavalgadas e festas de vaqueiros em Itagibá são sempre animadas. São realizadas equiprovas, com distribuição de prêmios, e no final das competições é organizada uma grande festa para os peões e o público em geral.

A lei nº 656, de 26 de julho de 2010, incluiu a Festa do Vaqueiro da região do Machadinho (comunidade rural do Município) no calendário oficial de eventos tradicionais do Município de Itagibá.

### **A prática esportiva**

O Esporte Itagibense tem sua representatividade maior no futebol, que sempre se manifestou através de torneios locais e no Campeonato Intermunicipal, tendo ainda a prática do futsal e handebol nas modalidades feminino e masculino, práticas essas incentivadas por Torneios Intercolegiais e torneios interbairros. Desde o ano de 1989, o município participa do Campeonato Intermunicipal, tendo seu ápice no ano de 2003, quando a seleção ficou entre as quatro melhores do Estado da Bahia. Outros esportes vêm atraindo a atenção da população jovem como o Futebol Jiu Jitsu, Karatê, Capoeira, além do Atletismo, Handebol e Futsal.

### **e) Feriados Municipais**

O decreto nº 81 de 12 de agosto de 1961, considera feriado municipal o dia 14 de agosto, a data de emancipação política do Município de Itagibá. Atualmente a festividade de aniversário da cidade é comemorada com atrações musicais do estilo gospel e popular, que atrai a comunidade local e visitantes das cidades circunvizinhas.

A lei nº 457, de 15 de setembro de 1997, institui o dia 16 de outubro como o Dia da Padroeira de Itagibá, Santa Maria Goretti. “Os festejos católicos tiveram início em 1952, com a chegada do Padre Emanuel que sugeriu a comunidade católica que aceitasse Santa Maria Goretti, como padroeira do povoado, pois ela seria exemplo para os jovens daquela região, e protetora da cidade. O Sr. Aceltides Antônio de Brito, doou a imagem para a igreja, que foi trazida da Itália, sendo recebida no povoado com muita festa, fogos, e celebração no dia 06 de julho do mesmo ano. A homenagem a Santa era um momento de grande emoção, de rogar milagres, de devoção e fé. Na Praça Padre Emanuel Rangel, onde está localizada a Igreja Católica acontecia a festa profana com barracas, leilões e festa dançante.

A partir dos anos 80, a festa foi mudada, do mês de julho, para o mês de outubro, (dia 16) por ser julho um mês chuvoso, muitas pessoas não podiam ter acesso à festa por residirem na zona Rural do Município. (Fonte: Monografia de Elisangela Santos. Tema: Santa Padroeira: Festa de Santa Maria Goretti). Porém, a comunidade católica local reivindicava o retorno da festa à data do nascimento da Santa Maria Goretti, 6 de julho, haja vista, que o período chuvoso não é tão severo quanto antes e o fato da maioria da população residir atualmente na zona urbana.

Observando estes aspectos, foi sancionada a Lei nº 685, de 14 de junho de 2012, que instituiu o dia 06 de julho, como feriado Municipal por ser o dia do nascimento de Santa Maria Goretti, padroeira do Município de Itagibá.

Foto 06 - Igreja Santa Maria Goretti.



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

#### **f) Aspectos Geográficos**

Sua população em 2017, conforme o IBGE, era de 15 577 habitantes. O seu principal rio é o rio do Peixe. Um rio eminentemente municipal, nascendo próximo ao povoada de Acaraci, na Serra de Jaquatirama, neste município, à sudoeste do município de Itagibá, vindo a atravessá-la e seguindo enfim o seu curso até a foz no Rio das Contas.

Existe um desejo da população de mudar o nome do rio para rio Itajibá, por se tratar de um rio municipal e o nome atual rio do Peixe, ser o nome de dezenas de rios em todo o Brasil. O município de Itagibá não dispõe de tratamento de esgotos, sendo todos os efluentes líquidos lançados diretamente no rio do Peixe, gerando a poluição de suas águas, afetando toda a população à jusante do município.

Por sua vasta extensão territorial, o Município de Itagibá, possui dois povoados: Acaraci, que faz divisa com o Município de Dário Meira e, Tapiragi, que faz divisa com o Município de Itagi, além do Distrito de Japomirim, que fica próximo ao município de Ipiaú, separado apenas, pelo Rio de Contas, que banha os dois municípios.

Seu clima é tropical, quente e úmido, com índice pluviométrico em média de 882,09 mm ano (Fonte: CENEX / CEPLAC Local - 2011), a umidade relativa do ar é de 70% a 85% (IBGE 2010), sua topografia é ligeiramente ondulada, principalmente na região nordeste, onde os cultivos de cereais são as principais atividades agrícolas. Na parte central e leste, existem zonas de relevo plano onde predominam as pastagens. Nas regiões oeste e sul, encontram-se trechos ondulados ocupados pela lavoura cacaueteira.

Os tipos de solo predominantes no município são os Latos Solos, de cor vermelha e característica de massapé. As características latossólicas são reconhecidas nos primeiros 2 m de profundidade ou dentro dos primeiros 3 m de profundidade. São solos em geral profundos, sempre ácidos, nunca hidromórficos. No relevo se destacam as formações de morros, serras e leves planícies. Ao leste temos a serra do Miriqui, ao sul as Serras do Leite e Acará e a oeste as Serras do Geraldo e Oricana.

Itagibá é um dos dezesseis municípios que fazem parte do Território Médio Rio das Contas, o qual procura estimular empreendimentos, especialmente os rurais, para o melhor aproveitamento do potencial produtivo. Afinal, as potencialidades são grandes e requerem maiores conhecimentos e tecnologias modernas, que condicionam maximização dos resultados econômicos e socioambientais.

O Município de Itagibá é banhado pelos rios: Rios de Contas, Gongogi, Preguiça e o Rio do Peixe (considerado o principal por ser eminentemente municipal nascendo próximo ao povoado de Acaraci, na Serra da Jaguatirama, atravessando toda a zona urbana). Porém, esses rios estão sofrendo consequências negativas, pois a cada dia é despejado mais esgotos e lixo em suas “poucas” águas, tornando- os, cada vez mais, esgotos a céu aberto.

Foto 07: Rio do Peixe – Reservatório da Embasa



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

Foto 08 - Rio da Preguiça



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

Foto 09 - Rio Gongogi



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.

Foto 10- Rio de Contas – Ponte que une Japumirim e Ipiaú



Fonte: Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME, 2015.





## 2 - ECONOMIA DA CIDADE

vocação comercial, industrial, agrícola, turística etc. Orçamento municipal e outros dados econômicos, empresas instaladas.

### a) Economia

Itagibá sempre teve sua economia voltada para a pecuária e a agricultura. A pecuária é representada de forma mais significativa pela bovinocultura de corte e aptidão leiteira. Na agricultura predomina o cultivo de cacau e outras culturas de subsistência. Também se observa o plantio de frutas, ainda em pequena escala, porém, com grande potencial econômico a ser explorado.

No meio rural encontram-se grandes, médias e pequenas fazendas, das quais neste último grupo, está a parcela importante da agricultura familiar, onde a mão-de-obra, predominantemente, é da própria família e do total de rendas, 80% ou mais é proveniente da própria agropecuária (CEPLAC, 2012). Esta categoria corresponde aos produtores com prioridade para receber assistência técnica gratuita, embora as outras categorias de produtores rurais também sejam beneficiadas com assistência técnica e orientações por parte dos Técnicos da Ceplac e de outros órgãos governamentais.

Itagibá possui uma economia pouco diversificada, com destaque para setores como Mineração, Agricultura e Agropecuária. A cidade também abriga algumas indústrias de pequeno e médio porte. Atualmente, a riqueza "Agro" do município se fundamenta nas atividades de pecuária leiteira e de corte assim como na cultura de cacau. A agricultura desempenha um papel significativo na economia de Itagibá. A região é propícia para o cultivo de diversos produtos, como café, mandioca, milho, feijão, frutas tropicais e hortaliças. A agricultura familiar tem uma presença forte, com muitos pequenos produtores contribuindo para a produção agrícola local. A atividade agropecuária também tem importância na economia de Itagibá. A criação de gado de corte e de leite é comum na região, assim como a produção de aves e suínos. Além disso, a apicultura e a piscicultura estão em desenvolvimento na área.

A partir de 2008 iniciou-se um processo de implantação do maior polo de exploração de minério de níquel do Brasil e a 2ª maior jazida de níquel do mundo, com beneficiamento no próprio município. As operações iniciaram-se em 2009, colocando o município no rol de municípios brasileiros produtores de minérios que se beneficiam da arrecadação de "royalties", recebendo parte da Compensação Financeira pela Exploração Mineral – CFEM. A Atlantic Nickel, à época, era a proprietária da Mina Santa Rita, uma das maiores minas a céu aberto de níquel sulfetado do mundo.

No ano de 2016, em decorrência das condições macroeconômicas dos países consumidores do níquel, que acabou desencadeando uma grande crise no mercado, fazendo com que as operações da Mina Santa Rita, em Itagibá (BA), foram paralisadas provocando grande recessão no município, com o exaurimento de repasses do CFEM, principal recurso municipal. Somente



em 2019, houve o processo de retomada das operações da Mina Santa Rita, em Itagibá, com a aquisição pelo grupo Appian (Grupo XX) que adquiriu a Atlantic Nickel (anteriormente conhecidas como Mirabela Nickel) de um complexo procedimento de recuperação judicial.

A Atividade de exploração mineral trouxe grandes benefícios para o município, com o aumento da arrecadação e a possibilidade de abertura de vagas de emprego. Em 2020, o salário médio mensal era de 2.7 salários-mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 18.8%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 12 de 417 e 27 de 417, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 284 de 5570 e 1535 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, tinha 50.3% da população nessas condições, o que o colocava na posição 248 de 417 dentre as cidades do estado e na posição 1343 de 5570 dentre as cidades do Brasil.

O município possui 3,3 mil empregos com carteira assinada, a ocupação predominante destes trabalhadores é a de operador de caminhão (minas e pedreiras) (224), seguido de assistente administrativo (206) e de motorista de caminhão (rotas regionais e internacionais) (181). A remuneração média dos trabalhadores formais do município é de R\$ 2,8 mil, valor acima da média do estado, de R\$ 2,7 mil.

A concentração de renda entre as classes econômicas em Itagibá pode ser considerada alta e é relativamente superior à média estadual. As faixas de menor poder aquisitivo (E e D) participam com 45,3% do total de remunerações da cidade, enquanto as classes mais altas representam 8,2%. Destaca-se que a composição de renda das classes mais baixas da cidade têm uma concentração 4,4 pontos percentuais menor que a média estadual, já as faixas de alta renda possuem participação 8,6 pontos abaixo da média. Do total de trabalhadores, as três atividades que mais empregam são: administração pública em geral (939), outras obras de engenharia civil (708) e serviços de preparação do terreno (464). Entre os setores característicos da cidade, também se destacam as atividades de extração de minério de níquel e serviços de preparação do terreno.

#### **a) Orçamento Municipal**

A Lei Municipal nº 884, de 20 de dezembro de 2022, estimou a Receita e fixou a Despesa do Orçamento Anual do Município de Itagibá, para o exercício financeiro de 2023 e deu outras providências. O valor estimado para Receitas e Despesas para o Exercício de 2023 é R\$ 120.000.000,00 (cento e vinte milhões de reais). A perspectiva para o orçamento de 2024 está na ordem de cerca de 140 milhões de reais

#### **b) Empresas Instaladas**

No ano de 2023, até o fechamento deste relatório, meados de junho de 2023, houve registro de 3 novas empresas em Itagibá. No ano de 2022 inteiro, foram registradas somente 2 empresas.



Na região, somam-se 342 novas empresas, valor que é superior ao desempenho do ano passado. Destacam-se as cidades de Vitória da Conquista, Jequié, Brumado, Poções e Ipiaú, que somaram um total de 277 novas empresas, o que representa 81% do total de empresas abertas na região no período.

A participação do comércio, somado aos serviços de alojamento e alimentação, representa 6% do total de trabalhadores e está concentrada nos serviços de bufê e nos supermercados e lojas de variedades, que empregam 107 trabalhadores.

Ao todo, existem 13 modalidades diferentes de comércio na cidade, das 74 possíveis. Com isso, a diversidade do comércio de Itagibá é considerada baixa, assim como a dos serviços, que também carece de maior desenvolvimento e abre oportunidades para novos negócios. Comparando o desempenho da cidade com a média dos municípios com tamanho populacional similar, tanto o comércio quanto os serviços apresentam menor grau de desenvolvimento comercial.

Ainda em comparação com municípios de tamanho similar, os serviços de bufê e as padarias, açougues e fruteiras se destacam com operações de maior volume de trabalhadores per capita que os demais municípios, o que indica alta concorrência nestes setores. No caso dos serviços de bufê são 54 funcionários para cada 10 mil habitantes na cidade, enquanto a média em outros municípios é de 19, resultando em uma diferença de 35 trabalhadores entre a taxa real e a taxa esperada. Já no caso das padarias, açougues e fruteiras, o município possui um total de 5 funcionários a mais para cada 10 mil habitantes, o que também o classifica como atividade de alta concorrência.

### **3 - INFORMAÇÕES SOBRE A REGIÃO ADMINISTRATIVA**

influências que recebe ou exerce, vias de acesso etc. Estrutura de serviços oferecidos à população.

#### **Aspectos Gerais**

Administrativamente, Itagibá faz parte da Mesorregião Centro-Sul Baiano, na Microrregião de Jequié, inserida no Território de Identidade do Médio Rio de Contas. No que diz respeito às vias de acesso, Itagibá está situada a aproximadamente 380 quilômetros da capital, Salvador. O principal acesso ao município é feito por rodovias, por meio da BA-650, tendo como acessos via BR-030 e destaque para a BR-330, que liga Itagibá a outras cidades da região, como Jequié e Ipiaú. As estradas Estaduais também são utilizadas para se deslocar dentro do município e para acessar localidades vizinhas.

#### **Principais Informações da Área da Saúde**

Na área da saúde, o município possui unidades de saúde, como postos de saúde e uma unidade de atendimento de emergência, onde são oferecidos serviços médicos e



odontológicos básicos. No entanto, em casos mais complexos, é comum que os moradores se desloquem para cidades vizinhas, como Jequié, em busca de atendimento especializado.

A taxa de mortalidade infantil em Itagibá é de 20,62 óbitos por mil nascidos vivos. O saneamento básico atinge 65,4% de esgotamento sanitário. Itagibá tem 6 estabelecimentos vinculados ao Sistema Único de Saúde (SUS).

### **Principais Informações da Área da Educação**

A taxa de escolarização de Itagibá, considerada a faixa de 6 a 14 anos, é de 95,4%. A cidade possui 20 escolas vinculadas ao ensino fundamental e 1 voltadas para o nível médio. São 2.287 estudantes matriculados no ensino fundamental e 435 no ensino médio. Já o número de professores é de 102 no ensino fundamental e 20 no médio. Veja os principais dados relacionados à educação da cidade de Itagibá (BA).

Nota no IDEB nos anos iniciais: 4,9

Nota no IDEB nos anos finais: 4,3

Número de estudantes no Ensino Fundamental: 2.287

Número de estudantes no Ensino Médio: 435

Na avaliação da qualidade da educação no ensino fundamental, considerando o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB), Itagibá obteve nota 4,9 para os anos iniciais e nota 4,3 para os anos finais.

### **4 - INFORMAÇÕES SOBRE A ATUAL ADMINISTRAÇÃO**

estrutura de governo, planejamento de trabalho e objetivos, projetos e prioridades da atual gestão.

O atual governo, nos primeiros dias de gestão, encontrou grandes desafios no Município:

- a) Uma cidade com boa arrecadação, porém com alto comprometimento desses recursos em gastos com pessoal.
- b) Prédios públicos com estrutura física deteriorada e obsoleta.
- c) Demanda reprimida de serviços prestados à população, principalmente na área da saúde.
- d) Estagnação econômica.
- e) Falta de credibilidade do município, dificultando a atração de investimentos por parte de empresários.
- f) Alto índice de desemprego e baixa estima da população.

A cidade de Itagibá, que se destacava como centro de convergência de empresas, experimentou nos últimos quatro anos uma diminuição desse fluxo, gerando estagnação econômica e, com o advento da crise financeira pela qual passa o Brasil, elevado índice de desemprego.



Prova disto é que o maior empregador da cidade hoje é a própria Prefeitura, com cerca de 911 funcionários<sup>1</sup>, entre efetivo, comissionados, temporário, estagiários e agentes políticos.

Com a nova gestão, após processo eleitoral democrático e direto, o objetivo é restabelecer a confiabilidade do povo no governo municipal e transformar a cidade através do trabalho e do desenvolvimento humano e econômico.

Diante deste cenário, é preciso mostrar aos cidadãos a preocupação da administração com estes aspectos e recuperar o orgulho do Itagibense com relação a sua cidade, que se desenvolverá através do trabalho e dedicação dos Poderes Públicos envolvidos e sociedade organizada, humanizando e expandindo o município.

## 5 - PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A CIDADE OU DA GESTÃO

podem-se incluir os principais resultados, caso essa informação seja relevante para fundamentar o briefing.

Recentemente o Município realizou uma pesquisa de opinião dos Tradicionais Festejos Juninos no Município. A Pesquisa realizada pela empresa Data Sol, e coordenada pelo Sr. Edmar Mendes da Silva, trouxe resultados animadores quanto a realização dos festejos juninos no município. A pesquisa demonstra os reflexos econômicos nos grupos de Comércio Formal, Comércio Informal, Visitantes e Turistas resultante dos festejos juninos no Município de Itagibá entre 23 e 26 de junho de 2022.

A pesquisa revela que os Visitantes e Turistas em sua maioria são de origem regional, do TI Médio Rio das Contas, se deslocaram em sua maioria através de linhas de Ônibus tradicionais e tem expectativa média de gastos em torno de R\$ 564,70 e optam pelo São João de Itagibá devido ao Povo Acolhedor e Hospitaleiro e Valorização das Tradições.

Os empresários do comércio formal, apesar de estarem inseguros devido os diversos cancelamentos dos festejos juninos em outros municípios, bem como do possível avanço da Covid-19, estão com alta expectativa quanto ao aumento no faturamento médio no período festivo e para tal, efetivaram contratações temporárias e se prepararam para receber os turistas e visitantes no período festivo.

Já os trabalhadores do comércio informal, ao qual se prepararam com recursos próprios no período de 1 semana a 1 mês do início do período festivo demonstraram expectativa alta em relação ao acréscimo em suas respectivas rendas.

Em todos os grupos entrevistados, a maioria quase que absoluta, revelaram que a realização do Festejo de São João no Município de Itagibá além de ser considerado um atrativo turístico é considerada como uma data importante ao desenvolvimento do comércio local e produções regionais.

<sup>1</sup> conforme consta do Sistema Integrado de Gestão do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado da Bahia – SIGA/TCM-Ba.



Sendo assim, conclui-se que o fomento dos festejos juninos pelo poder público municipal de Itagibá é um importante vetor de desenvolvimento socioeconômico no município e contribui para as vivências e experiências culturais bem como o desenvolvimento de novos negócios e manutenção dos já existentes.

## 6 - DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

objetivos que se pretendem atingir com a campanha.

O Município de Itagibá vive uma nova época, um novo momento. Através desta nova visão de uma Administração renovada e preocupada com sua comunidade, serão propostas melhorias e obras em diversas áreas, além de novos projetos para o desenvolvimento da cidade, gerando transparência, credibilidade e confiança. A campanha publicitária institucional visa reforçar a imagem de renovação da Prefeitura Municipal de Itagibá, voltada para a comunidade que necessita estar ciente, bem-informada e de acordo com cada ação a ser proposta, sendo convidada a refletir e a interagir com essas mudanças.

Cabe à comunicação social da Prefeitura:

1. Criar uma identidade para a gestão atual, com o intuito de melhorar a percepção da comunidade em relação às ações a serem propostas.
2. Esclarecer e informar sobre assuntos de interesse dos diferentes grupos que compõem a sociedade.
3. Explicar os novos projetos e as novas políticas implantadas pela Prefeitura.
4. Difundir os direitos do cidadão e os serviços públicos disponíveis, incentivando a comunidade a participar e interagir do debate e da definição das políticas públicas adotadas pela Prefeitura.
5. Apresentar uma Prefeitura transparente, participativa, operante, moderna e eficiente, que estará atenta ao desenvolvimento e à responsabilidade social do município.
6. Ampliar o conceito de parceria nas campanhas, para que surjam novas formas interativas de atuação, visando alcançar a qualidade de vida idealizada pela população.

Para este certame o Desafio de Comunicação será elaborar uma campanha para divulgação das ações de governo do **PROGRAMA ÁGUA NO CAMPO**, que trata da realização de obras de instalação de sistema de abastecimento de água em diversas regiões da zona rural do município de Itagibá, com a prestação de serviços de perfuração de poços artesianos e instalação de kit bombeamento com usina de microgeração de energia solar fotovoltaica a ser conectada na rede elétrica concessionária de energia da Bahia (ON-GRID).

### Prefeitura de Itagibá

Criação da Campanha Institucional "ÁGUA NO CAMPO"



**Ação** – Realização de obras de instalação de sistema de abastecimento de água em diversas regiões da zona rural do município de Itagibá, com a prestação de serviços de perfuração de poços artesianos e instalação de kit bombeamento com usina de microgeração de energia solar fotovoltaica a ser conectada na rede elétrica concessionária de energia da Bahia (ON-GRID).

Foram beneficiadas as regiões: Palmeirinha, “Os costas”, Barro Vermelho, Lameiro, Tapiragi, Riachão dos Parentes, Acará, Cachoeira, Cedro, Piabas, Estrada Brasileira, Paraíso, Tesouras, Nova Alegria, Pedra Branca, Pernambuco, Novo Horizonte, Sucuruí e Serra Verde Alto, beneficiando mais de 500 famílias.

Um investimento de R\$ 1.316.477,16 (um milhão e trezentos e dezesseis mil e quatrocentos e setenta e sete reais e dezesseis centavos).

**Objetivo** – Mostrar como foi desenvolvido o Programa Água no Campo, como mudou a realidade das famílias, e o impacto econômico e social das ações.

**Objetivo desta comunicação** – Caberá à agência licitada facilitar a percepção do público-alvo sobre a implementação da nova filosofia de trabalho a ser executada pela Administração, centrada na competência, transparência e busca de resultados concretos para a comunidade, integrando tanto os meios habituais de comunicação, como sua interação com as redes sociais, traduzindo a modernidade e eficiência da Prefeitura. A informação deve chegar com precisão ao público, informando:

- ✓ Como foi desenvolvido o Programa Água no Campo;
- ✓ A Mudança de realidade das famílias após a Implantação do Programa;
- ✓ O impacto econômico e social das ações, em especial o investimento financeiro feito pelo Município.

**Contexto do projeto** – O município de Itagibá, possui uma grande extensão rural, de aproximadamente 810,340 km<sup>2</sup> de extensão. Está situada território médio rio de Contas, caracterizada pelo clima tropical quente e úmido, com índice pluviométrico em média de 1.100 mm ano e umidade relativa do ar 70% a 85%, o que ocasiona estiagem em várias regiões do município. O programa Água no Campo, visa melhor a as condições da população residente na zona rural, levando água potável, para as comunidades da zona rural, e propiciando maior potencial econômico para os produtores e comunidade para as famílias. A tecnologia escolhida para geração de energia, é a energia solar fotovoltaica a ser conectada na rede elétrica concessionária de energia da Bahia (ON-GRID), o que possibilita melhores condições de uso dos equipamentos e menor risco para falhas e danos nos equipamentos.

**Veiculação** – Rádio, Jornal, Panfletos, Cartazes, Outdoor e Redes sociais.

As solicitações devem ser feitas para simulação nos seguintes veículos de comunicação:

**Rádios:** Ipiaú FM, Nova FM, FM A Voz da Liberdade de Itagibá, Ubatã FM e Rádio 93 FM Jequié;

**Jornal:** Cidadão, Jornal do Interior, O Extra



**Blogs:** Giro Ipiaú e Bahia Notícias

**Panfletos:** De Distribuição Gratuita

**Redes Sociais:** Artes para Facebook, Instagram e WhatsApp

A campanha modelo deve ser apresentada sob a forma de layout através de, no máximo, 5 (cinco) peças, não importando a quantidade de meios.

As principais mídias, na cidade, são: rádio, blogs de notícias, outdoor, jornais, faixas e carro de som. A internet, em especial as Redes Sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp, etc.), pode também ser usada na estratégia criativa.

A escolha das peças publicitárias será de responsabilidade da agência, podendo inserir ou excluir peças da relação acima.

## 7 - PÚBLICO-ALVO

Especificar a população, o target da ação. É claro que a população geral deve ser atingida, mas neste exercício pode haver uma área geográfica mais restrita ou um segmento da população que seja prioritário.

O público-alvo principal é a população da cidade, os setores organizados, formadores de opinião da imprensa e entidades de classe que serão beneficiados ou afetados, direta ou indiretamente, pelas obras e serviços a serem executados pela Administração. Por população de Itagibá, entendem-se os habitantes e cidadãos do município, observadas suas diferentes caracterizações, estratificação social e econômica.

**Público Interno:** Integrantes da Gestão Municipal, como: servidores públicos, membros das Secretarias, Departamentos e Órgãos Municipais, além dos funcionários terceirizados e prestadores de serviço.

**Parceiros:** órgãos e autarquias do Governo do Estado da Bahia, Governo Federal, instituições públicas de outras origens, como o Poder Judiciário, Ministério Público, Câmara Legislativa de Itagibá, Câmara de Dirigentes Lojistas, associações de bairros, lideranças comunitárias, organizações não-governamentais e instituições congêneres.

**Fornecedores:** pessoas físicas e jurídicas, contratadas pela Prefeitura Municipal de Itagibá para prestação de serviços, aquisição de materiais ou seu fornecimento.

**Formadores de opinião:** cidadãos em geral, autoridades, políticos, educadores, jornalistas, lideranças sociais, dentre outros.

## 8 - PERÍODO DA CAMPANHA

Definir os meses para o exercício de mídia.

A campanha de referência, a ser desenvolvida, deve ser programada para o mês de setembro de 2023, compreendendo-se a duração exata do período, do primeiro ao último dia.



## 9 - REGIÃO OU MERCADOS

Importante também definir a área geográfica. Em alguns casos, o objetivo é cobrir uma região além das fronteiras do município.

A própria cidade de Itagibá e circunvizinhança, considerando seu impacto dentro do Estado da Bahia.

## 10 - VERBA REFERENCIAL.

Esta informação é fundamental e o valor deve ser sempre menor do que o valor total da verba licitada, mas adequado para a agência planejar o exercício. Lembrar que os valores a serem colocados no plano de mídia devem ser os da tabela oficial e pública dos veículos, sem nenhum desconto ou estimativa de negociação.

A verba para a campanha de referência, a ser criada para a Concorrência, é de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), incluindo despesas com produção e veiculação.

Os custos de criação não devem ser contabilizados nesta simulação. Deve ser considerada a Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia – Catálogo de Valores Referenciais 2022/2023 com os custos integrais (sem descontos).

O estabelecimento da verba, para a veiculação busca, principalmente, a análise da capacidade de direcionamento dos investimentos, a estratégia e a proporcionalidade utilizada para cada licitante e não tem vínculo com a proposta de preços do Edital.

## 11 - RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Informar se possui sites oficiais, jornal ou qualquer publicação regular que a agência possa utilizar na campanha, sem custos.

A Prefeitura Municipal de Itagibá, possui como meios de comunicação:

- ✓ Página no **Instagram** (<https://www.instagram.com/prefeituradeitagiba/>)
- ✓ Página no **Facebook** (<https://www.facebook.com/prefeituradeitagiba>)
- ✓ Página no **Youtube** (<https://www.youtube.com/@Prefeituradeltagiba>)
- ✓ Comunicação automatizada do **WhatsApp “Prefeitura Zap”** (73 3244-2121)
- ✓ **Portal Institucional do Município** (<https://www.itagiba.ba.gov.br/>)

## 12 - CAMPANHAS ANTERIORES

Histórico de campanhas ou ações que sejam úteis.

Não identificamos a realização pela Prefeitura de nenhuma campanha realizada recentemente que seja útil para os licitantes na formulação de suas propostas.

## 13 - UTILIZAÇÃO DE LOGOMARCAS.

Importante exibir on-line a marca que deve ser utilizada, com cores e padrão de uso bem definidos.

A marca, a ser aplicada nas peças de publicidade institucional do município, é a seguinte:



## Logotipo



## Inspiração



A marca reflete a identidade da cidade e da gestão, através do brasão municipal.

O slogan “A Cidade cresce sem parar” reflete o novo momento do município, seu posicionamento e a importância da Cidade de Itagibá, no Estado da Bahia.

O arquivo “Nova Identidade Visual”, bem como os arquivos vetorizados da marca podem ser obtidos através do link <https://abre.ai/identidadeitagiba> ou <https://1drv.ms/f/s!Ar0r13GKXHRDjNVPbGKXy4kgAEV6rw?e=uWDIzH>



## **14 – LIMITAÇÃO DA CAMPANHA MODELO**

A campanha modelo deve ser apresentada sob a forma de layout através de, no máximo, 5 (cinco) peças, não importando a quantidade de meios.

As principais mídias, na cidade, são: rádio, blogs de notícias, outdoor, jornais, faixas e carro de som. A internet, em especial as Redes Sociais (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, etc.), pode também ser usada na estratégia criativa.

A escolha das peças publicitárias será de responsabilidade da agência, podendo inserir ou excluir peças da relação acima.

## **15 - REFERÊNCIAS**

**Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira – CEPLAC**

**Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE**

**Plano Municipal de Educação de Itagibá – PME 2015 – 2025**

**Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia – SEI**



**CONCORRÊNCIA N° 006/2023**

**ANEXO II - MODELO DE CREDENCIAL**

A (nome da empresa)..... CNPJ, nº ....., com sede à ....., neste ato representado pelo (s) (diretores ou sócios, com qualificação completa - nome, RG, CPF, nacionalidade, estado civil, profissão e endereço) pelo presente instrumento de mandato, nomeia e constitui, seu(s) Procurador (es) o Senhor (a) ....., (nacionalidade, estado civil, profissão), portador do Registro de Identidade nº ....., expedido pela ....., devidamente inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda, sob o nº ....., residente à rua ....., nº ..... como meu mandatário, a quem confiro amplos poderes para junto a Prefeitura Municipal de Itagibá praticar todos os atos necessários, relativos ao procedimento licitatório na modalidade de Concorrência nº 006/2023, conferindo-lhe, ainda, poderes especiais para desistir de recursos, interpô-los, negociar preços e demais condições, confessar, desistir, firmar compromissos ou acordos, assinar contratos, receber e dar quitação e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente dando tudo como bom, firme e valioso.

**Data e Local**

**ASSINATURA DO DIRETOR OU REPRESENTANTE LEGAL**

(Nome do representante legal da empresa).

**Observações:**

- 1) emitir em papel que identifique a licitante.
- 2) Declaração a ser emitida pela licitante.
- 3) Apresentar junto com o comprovante dos poderes de representação do signatário.

## ANEXO III - CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

### 1. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

**1.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Itagibá.

**1.1.1.3. Ideia Criativa:** a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corresponderão à resposta criativa da proponente aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária.

**1.1.1.3.1.** Os exemplos de peças:

**a)** estão limitados a **cinco**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

**b)** podem ser apresentados sob a forma de roteiro, *layout* e *story-board* impressos, para qualquer peça.

**1.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia** - em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

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

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



**1.1.1.4.3.** Na simulação de que o item **1.1.1.4**, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos.

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

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

**1.1.3. Repertório:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

**1.1.3.1.** Poderão ser apresentadas até dez peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas.

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

**1.1.3.3.** Os vídeos deverão ser fornecidos em DVD ou arquivo digital; os *spots* e/ou *jingles*, em CD ou arquivo digital; as peças de Internet, em CD ou arquivo digital; as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

**1.1.3.4.** As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Itagibá.

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

**1.1.4.1.** Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Itagibá.

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



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

**1.3** - A critério da Prefeitura Municipal de Itagibá, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

## **2. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**2.1.** As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, pelo Agente de Contratação, sua Equipe de Apoio quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

### **2.2.1. Plano de Comunicação Publicitária**

**2.2.1.1.** Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

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

**2.2.1.2** - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

**2.2.1.3.** Ideia Criativa

- a)** sua adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Itagibá;
- b)** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c)** a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d)** a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;



- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Itagibá e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

#### **2.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia**

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

#### **2.2.2. Capacidade de Atendimento**

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Itagibá e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Itagibá, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### **2.2.3. Repertório**

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

#### **2.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

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

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

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



- a1) Raciocínio Básico – **5 (cinco)**
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – **15 (quinze)**
- a3) Ideia Criativa – **30 (trinta)**
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – **15 (quinze)**

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

- b1) Experiência em publicidade – **8 (oito)**
- b2) Recursos humanos e de infraestrutura – **4 (quatro)**
- b3) Informações de marketing e comunicação – **3 (três)**

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

- c1) Ideia criativa e sua pertinência – **5 (cinco)**;
- c2) Clareza da campanha – **2 (dois)**
- c3) Qualidade da execução e do acabamento – **3 (três)**

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

- d1) Concatenação lógica da exposição – **2 (dois)**
- d2) Evidência do planejamento publicitário – **3 (três)**
- d3) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – **3 (três)**
- d4) Relevância dos resultados apresentados – **2 (dois)**

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

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

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

**2.5.** No caso do item 2.4, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.





CONCORRÊNCIA N° 006/2023

### ANEXO V - PLANILHA DE COTAÇÃO

.....(empresa), inscrita no CNPJ nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº ....., **DECLARA** que, na vigência do contrato, celebrado com base na Concorrência nº 006/2023, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

**a)** desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Itagibá, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia: \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);

**b)** honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Itagibá, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);

**c)** honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Itagibá, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual: \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento).

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

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

(local), \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2023

#### [RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA]

Representante legal: [nome completo]

CI: [número e órgão emissor]

CPF: [número]

Instrumento de outorga de poderes: [procuração/contrato social/estatuto social]

#### Observações:

- 1) emitir em papel que identifique a licitante.

## ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO

.....(empresa), inscrita no CNPJ nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº ....., em atenção ao Edital de Concorrência nº 006/2023, **DECLARA** que:

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

Nome: \_\_\_\_\_ Nome: \_\_\_\_\_  
(Nome da Empresa) (Nome da Empresa)  
Cargo: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

(Local e data)

### **[RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA]**

Representante legal: [nome completo]

CI: [número e órgão emissor]

CPF: [número]

Instrumento de outorga de poderes: [procuração/contrato social/estatuto social]

### **Observações:**

- 1) emitir em papel que identifique a licitante.
- 2) declaração a ser emitida pela licitante.
- 3) anexar Declaração com Curriculum Vitae, preferencialmente em plataforma Lattes, contendo a qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos indicados na proposta e termo de anuência assinado por cada profissional.

**ANEXO VII - MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR**

....., inscrita no CNPJ n°....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade n°..... e do CPF n°....., **DECLARA**, para fins do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de 05 de outubro de 1988, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

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

(Local e data)

**[RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA]**

Representante legal: [nome completo]

CI: [número e órgão emissor]

CPF: [número]

Instrumento de outorga de poderes: [procuração/contrato social/estatuto social]

**Observações:**

- 1) emitir em papel que identifique a licitante.
- 2) Declaração a ser emitida pela licitante.

**ANEXO VIII - LINK DE ACESSO ÀS NORMAS PADRÃO DE ATIVIDADE PUBLICITÁRIA- CENP.**

[https://cenp.com.br/wp-content/uploads/2021/08/Normas Padrao Portugues.pdf](https://cenp.com.br/wp-content/uploads/2021/08/Normas_Padrao_Portugues.pdf)

ANEXO IX - LINK DE ACESSO A IDENTIDADE VISUAL DO MUNICÍPIO

<https://abre.ai/identidadeitagiba>

OU

<https://1drv.ms/f/s!Ar0r13GKXHRDjNVPbGKXy4kgAEV6rw?e=uWDIzH>



CONCORRÊNCIA Nº 006/2023

## ANEXO X - MINUTA DO CONTRATO

**CONTRATO Nº \_\_\_\_/2023** - CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS DE PUBLICIDADE, SOB REGIME DE EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, QUE CELEBRAM ENTRE SI O MUNICÍPIO DE ITAGIBÁ - BA E A EMPRESA .....

O **MUNICÍPIO DE ITAGIBÁ** pessoa jurídica de direito interno, inscrita no **CNPJ sob o 13.701.966/0001-06**, com sede Administrativa na Rua Chile, A, Centro, CEP 45.585-000, nesta localidade, neste ato representado pelo Prefeito Municipal Sr. **Marcos Valério Barreto**, brasileiro, casado, comerciante, portador do da cédula de identidade 11.736.146-04 emitida por SSP/BA e CPF 254.777.815-72, portador da Cédula de Identidade nº ..... [inserir número e órgão expedidor/unidade da federação] e CPF (MF) nº ....., doravante denominado **CONTRATANTE**, e do outro lado a Empresa....., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº. ...., sediada no(a) .....Cidade/Estado, CEP....., neste ato representado pelo(a) Sr(a). ....., RG. nº. ...., CPF nº. ...., doravante denominada **CONTRATADA**, com base no Edital da Concorrência nº. 006/2023, Processo Administrativo nº. 144/2023 e disposições da Lei Federal 14.133/21 e alterações posteriores, Lei Municipal 5.722/22 e Lei Federal 12.232/10, resolvem celebrar o presente Contrato de Prestação de Serviços Especializados de Publicidade, mediante as cláusulas e condições seguintes:

### CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

Constitui objeto do presente contrato a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, tendo por objeto o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade nos veículos e demais meios de divulgação, que se mostrem do interesse e se encontre no âmbito de atribuição deste município, objetivando a promoção de campanhas, programas, a difusão de ideias ou informação ao público em geral, bem como, os serviços complementares previstos no § 1º do artigo 2º da lei nº 12.232/2010, demandados pelo **CONTRATANTE**, compreendidos:

- I - estudo, criação/concepção, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias;
- II - elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- III - planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- IV - criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

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

- I - Serviços de divulgação por intermédio de veículos de comunicação, tais como emissoras de



televisão e rádio, jornais, revistas e carros de som para publicidade, exibidoras de outdoor, mobiliário urbano, dentre outros;

II - Serviços de publicidade especializados, entendidos como atividades complementares nos termos da Lei Federal 12.232/2010, pertinentes a:

- a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;
- b) produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

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

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

## **CLÁUSULA SEGUNDA - DOS PRAZOS**

O prazo para execução dos serviços objeto do presente contrato é **17 (dezesete) meses**, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por períodos sucessivos até o limite máximo de 5 (cinco) anos de acordo com a Lei Federal n.º 14.133/21 e alterações posteriores, firmando-se para tantos aditivos ao pacto original.

## **CLÁUSULA TERCEIRA - DO REGIME DE EMPREITADA**

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

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

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

O valor global estimado do presente Contrato é de R\$ 486.000,00 (quatrocentos e oitenta e seis mil reais), a ser pago de acordo com as Cláusulas Quinta e Sexta do presente contrato.

§ 1º. A estimativa de R\$ 486.000,00 (quatrocentos e oitenta e seis mil reais) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a Prefeitura Municipal de Itagibá obrigada a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

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



UNIDADE:

PROJETO/ATIVIDADE:

ELEMENTO DE DESPESA:

FONTE:

§ 3º. A despesa para o exercício subsequente, quando for o caso, será alocada à dotação orçamentária prevista para atendimento da finalidade, a ser consignada aos Órgãos Interessados da Prefeitura Municipal pela Lei Orçamentária Anual.

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

### **CLÁUSULA QUINTA - DA FORMA DE REMUNERAÇÃO**

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

I - honorários de \_\_\_ % (\_\_\_ por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata a Cláusula Sexta, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA;

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

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

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

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

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



§ 4º. O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

§ 5º. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

§ 6º. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da alteração ou da prorrogação deste contrato.

§ 7º. Fica assegurado o restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, na ocorrência de fato superveniente que implique a inviabilidade de sua execução.

#### **CLÁUSULA SEXTA - DO DESCONTO DE AGÊNCIA E DOS PAGAMENTOS**

Além da remuneração prevista na Cláusula anterior, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência - à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois - a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei Federal 4.680/65, aprovado pelo Decreto Federal 57.690/66 e alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31.12.2002.

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

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

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

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

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



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

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

§ 5º. A CONTRATADA deverá apresentar ao CONTRATANTE cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até 10 (dez) dias após sua realização.

§ 6º. Serão suspensos os pagamentos se:

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

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

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

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

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

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

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

I - operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

II - realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE;

III - centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Itagibá - Bahia;

IV - utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;

V - envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

VI - negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes da Cláusula Quinta, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE;



- VII - fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução; se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal 12.232/10;
- VIII - obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;
- IX - submeter a subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE. Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE;
- X - após a aprovação do serviço pelo CONTRATANTE, produzir arquivo de mídia com disponibilização em Nuvem de cada filme para TV, de *spots e jingles* de rádio e dois exemplares de revistas, jornais e demais peças impressas, bem como com todas as peças produzidas digitalizadas;
- XI - orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo CONTRATANTE. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no inciso X desta Cláusula;
- XII - entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio;
- XIII - registrar em Relatórios de Atendimento as reuniões entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
- XIV - tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada;
- XV - só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização;
- XVI - prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;
- XVII - submeter previamente ao CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira;
- XVIII - manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste;
- XIX - cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior;
- XX - cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;
- XXI - assumir os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
- XXII - responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
- XXIII - apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;



- XXIV - administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio CONTRATANTE;
- XXV - manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE;
- XXVI - responder perante o CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;
- XXVII - responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE;
- XXVIII - responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato;
- XXIX - responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

#### **CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

São obrigações do CONTRATANTE:

- I - comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte e quatro horas úteis;
- II - fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- III - notificar, formal e tempestivamente a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- IV - notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- V - designar preposto para acompanhar e fiscalizar a execução do presente Contrato;
- VI - pagar corretamente as faturas aprovadas, nas datas previstas, conforme contratado;
- VII - suspender o pagamento da CONTRATADA quando identificado atraso superior a 10 (dez) dias no pagamento/repasso a terceiros, de valores desembolsados pelo CONTRATANTE. O CONTRATANTE notificará a CONTRATADA, por escrito, quando desta suspensão de pagamentos.

#### **CLÁUSULA NONA - DA FISCALIZAÇÃO**

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

§ 1º. A Secretaria Municipal de Governo, ou a pessoa expressamente indicada pelo Prefeito exercerá a fiscalização sobre os serviços objeto deste Contrato, cabendo-lhe:

- I - decidir pela aceitação ou não das soluções e dos serviços apresentados;
- II - exigir o fiel cumprimento de todos os requisitos deste Contrato e da proposta apresentada, avaliando, também, a qualidade dos serviços apresentados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;



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

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

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

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

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

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

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA - DAS PENALIDADES**

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

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

II - multas de:

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

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

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

a) cometer fraude fiscal.

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

c) incorrer em inexecução de contrato;

d) frustrar, injustificadamente, licitação instaurada pela Administração;

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



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

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

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

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

#### **CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS**

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

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

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

#### **CLAUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS DIREITOS AUTORAIS**

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

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

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



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

§ 4º. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções:  
I - nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço pelo período indicado pelo CONTRATANTE e utilizará os trabalhos de arte e outros – protegidos pelos direitos autorais e conexos – dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

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

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

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

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

§ 6º. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

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

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

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

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

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

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



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

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

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESCISÃO**

Reconhecidos os direitos previstos nos artigos 137 e 138 da Lei Federal n.º 14.133/23, o CONTRATANTE poderá rescindir, unilateralmente, este Contrato, independente de interposição judicial ou extrajudicial, sempre que ocorrer:

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

§ 1º. A rescisão contratual poderá ser:

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

§ 2º. Na hipótese de ocorrência da rescisão, aplica-se, conforme o caso, as disposições do art. 139 da Lei Federal n.º 14.133/21.

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

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



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

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

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

§ 8º. Em qualquer caso de rescisão contratual, serão asseguradas à CONTRATADA os direitos de defesa e de recursos previstos na Lei Federal 14.133/21.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - CONDIÇÕES GERAIS**

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

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

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

#### **CLAUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS COMUNICAÇÕES**

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

#### **CLAUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO**

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

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

Itagibá, ..... de..... de 2023.

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAGIBÁ**  
**Marcos Valério Barreto**  
Prefeito Municipal



**[RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA]**

Representante legal: [nome completo]

CI: [número e órgão emissor]

CPF: [número]

Instrumento de outorga de poderes: [procuração/contrato social/estatuto social]

**TESTEMUNHAS:**

NOME: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

NOME: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_



CONCORRÊNCIA N° 006/2023

Anexo XI – TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2022/2023 SINAPRO – BAHIA

**(Entrega Individualizada, mediante compromisso de não divulgação do Documento na Internet, em face da Política de Adesão do Órgão)**