

**CONCORRÊNCIA ELETRONICA Nº 004/2025**

O **MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS - BAHIA**, por intermédio da **AGENTE DE CONTRATAÇÃO** e Equipe de Apoio designados pelo Decreto nº 6.275/2025, tornam público que, conforme autorização contida no **Processo Administrativo nº 1328/2025**, realizará licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, na forma **ELETRÔNICA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO** e na forma de execução indireta, **sob regime de Empreitada por Preço Unitário**. A presente licitação reger-se-á pela Lei Federal n.º 12.232/10 e alterações posteriores (Lei 14.356/22), Lei Federal nº 14.133 de 01 de abril de 2021 e alterações posteriores, pela Lei nº. 4.680/65, Decreto nº 57.690/66, Decreto nº 4.563, de 31.12.02, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, e pelas disposições deste Edital, mediante as seguintes condições:

Local: Portal de Compras Públicas – [www.portaldecompraspublicas.com.br](http://www.portaldecompraspublicas.com.br)

**Data da sessão: 21/05/2025**

**Horário: 09:00 Horas**

**ID: 376014**

**Modo De Disputa: Fechado**

**1. DO OBJETO**

**1.1 Constitui objeto da presente licitação a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO , A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO , A CRIAÇÃO , A EXECUÇÃO INTERNA , A INTERMEDIACÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO , DE DIFUNDIR IDEIAS , PRINCÍPIOS , INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL.**

1.1.1 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1, que lhe sejam afetos nos termos do art. 2º, caput, da Lei n.º 12.232/10 e do art. 122, da Lei nº 14.133/2021.

1.1.2 A agência CONTRATADA atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Alagoinhas, Bahia, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) Veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços publicitários, sem qualquer restrição de mídia;
- b) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução das peças, campanhas e demais materiais conexos.

**1.2** A licitação será realizada por **TÉCNICA E PREÇO**, e na forma de execução indireta, **sob regime de Empreitada por Preço Unitário**, conforme tabela constante no modelo de proposta de preço – **ANEXO III**, que integra este Edital, para todos os fins e efeitos, e seus anexos.

**1.3** Em caso de discrepância entre as especificações deste objeto descritas no sistema Portal de Compras Públicas e as constantes deste edital, prevalecerão as últimas.

**1.4** Os serviços serão executados conforme planilha apresentada pela **CONTRATANTE** neste Edital, ou durante o decorrer dos serviços, através de detalhamentos que se fizerem necessários à perfeita execução dos serviços, os quais deverão ser avaliados na elaboração das composições de preço da **PROPONENTE**, não cabendo alegação de insuficiência ou desconhecimento de dados e de orientações e descrições previstas no presente Edital e em seus anexos. Qualquer inobservância desta obrigatoriedade implicará sua correção pela **CONTRATADA** sem quaisquer ônus para a PMA, bem como na eventual aplicação de sanções por atrasos ou qualquer outra irregularidade na execução do Contrato.

## **2. VALOR ORÇADO DO CONTRATO**

**2.1** O valor estimado do Orçamento Básico Objeto deste Edital é de **R\$ 4.500.000.00 (quatro milhões e quinhentos mil reais)**. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem o disposto no Art. 59 da Lei Federal 14.133/21.

## **3. TIPO DE LICITAÇÃO**

**3.1** A presente licitação obedecerá ao tipo de contratação “**TÉCNICA E PREÇO**”, conforme o artigo 6, inciso XXXVIII letra c) e o artigo 33, inciso IV e com regime de execução indireta por “**EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**”, conforme artigo 46, inciso I da Lei Federal nº 14.133 de 01.04.21 e suas alterações posteriores.

## **4. PRAZO**

**4.1** O prazo de vigência do contrato Objeto desta Licitação, contados da data de assinatura é de **12 (doze) meses**.

**4.2** O prazo de execução dos serviços será de **12 (doze) meses a partir da emissão da ordem de serviço** e poderá ser prorrogado, após aprovação da PMA, observando-se o **item 18** deste Edital e desde que ocorra algum dos seguintes motivos, devidamente comprovados:

- a)** alteração do projeto/planilha ou especificações, pela Prefeitura Municipal de Alagoinhas;
- b)** superveniência de fato excepcional ou imprevisível, estranho à vontade das partes, que altere fundamentalmente as condições de execução do contrato;
- c)** interrupção da execução do Contrato ou diminuição do ritmo de trabalho por ordem e no interesse da Prefeitura Municipal de Alagoinhas;
- d)** aumento das quantidades inicialmente previstas no Contrato, limitadas a 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato;

e) impedimento de execução do Contrato por fato ou ato de terceiros, reconhecido pela Prefeitura Municipal de Alagoinhas em documento contemporâneo à sua ocorrência;

f) omissão ou atraso superior 90 (noventa) dias de providências a cargo da Prefeitura Municipal de Alagoinhas, inclusive quanto aos pagamentos previstos de que resulte, diretamente, impedimento ou retardamento na execução do Contrato.

**4.3.** As Licitantes ficam obrigadas a manter a validade da proposta por 60 (sessenta) dias, contados da data da sua apresentação.

**4.3.1** Na ausência de indicação expressa em sentido contrário ao exposto no item **4.3**, o prazo de validade da proposta será de 60 (sessenta) dias contados a partir do último dia previsto para a data da sua apresentação.

**4.3.2** Antes de expirar a validade original da proposta, a Comissão de Contratação poderá solicitar à proponente que declare a sua intenção de prorrogar o prazo previsto no item anterior. As respostas se farão por escrito, preferencialmente por meio eletrônico.

**4.3.3** Não será admitida a modificação da proposta pelo licitante que aceitar prorrogar a sua validade.

**4.4** Na hipótese da **PMA** não convocar para assinatura do Contrato a empresa vencedora, ou outra na ordem de classificação, no prazo de até 60 (sessenta) dias corridos, após a data da abertura das propostas, as Licitantes ficarão liberadas de quaisquer compromissos assumidos, podendo, entretanto, ser acordada com a **LICITANTE**, a prorrogação do prazo de validade da proposta.

## **5. AS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO**

**5.1** Serão admitidos a participar desta licitação os interessados que atenderem a todas as exigências contidas neste instrumento e nos seus anexos, que pertençam ao ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, e que tenham realizado seu credenciamento como usuário junto ao PORTAL DE COMPRAS PÚBLICAS, para a obtenção de chave de identificação ou senha individual.

**5.2** Poderão participar desta Concorrência, os interessados que tenham ramo de atividade compatível com o objeto licitado e que atenderem a todas as exigências, inclusive quanto à documentação e requisitos mínimos de classificação das propostas, constante deste Edital e seus Anexos.

**5.3** Regras acerca da participação de matriz e filial:

**a)** Se a licitante for a matriz, todos os documentos devem estar em nome da matriz;

**b)** Se a licitante for filial, todos os documentos devem estar em nome da filial, exceto aqueles que a legislação permita ou exija a emissão apenas em nome da matriz;

**c)** A comprovação de aptidão para o desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, poderá ser feita em nome da matriz ou da filial;

**d)** Se a licitante participar do certame apresentando os documentos de habilitação da matriz e desejar executar o contrato pela filial, ou vice-versa, deverá fazer prova, por ocasião da assinatura do contrato, da regularidade do estabelecimento que executará o objeto licitado, a qual deverá ser mantida durante todo o curso da avença.

#### **5.4 Não poderão participar da licitação:**

- a)** Autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;
- b)** Empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;
- c)** Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- d)** Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- e)** Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei Federal nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- f)** Pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;
- g)** Demais dispositivos previstas no artigo 14 da Lei Federal nº 14.133/2021.

**5.5** A pessoa jurídica poderá participar da licitação em consórcio, observadas as regras do artigo 15 da Lei Federal nº 14.133/2021.

## **6. PARTICIPAÇÃO NA CONCORRÊNCIA**

**6.1** Para participar da licitação, a Empresa deve efetuar seu **CREDENCIAMENTO** junto ao provedor do sistema que implica a responsabilidade do licitante ou de seu representante legal e a presunção de sua capacidade técnica para realização das transações inerentes a esta Concorrência.

**6.2** O uso da senha de acesso pelo licitante é de sua responsabilidade exclusiva, incluindo qualquer transação efetuada diretamente ou por seu representante, não cabendo ao provedor do sistema, ou ao órgão ou entidade responsável por esta licitação, responsabilidade por eventuais danos decorrentes de uso indevido da senha, ainda que por terceiros.

**6.3** A perda da senha ou a quebra de sigilo deverão ser comunicadas imediatamente ao provedor do sistema para imediato bloqueio de acesso.

## **7. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA INICIAL**

**7.1** Como condição para participação na Concorrência, em campo próprio do sistema eletrônico, a licitante declarará:

- 7.1.1** A inexistência de fato impeditivo para licitar ou contratar com a Administração Pública;
- 7.1.2** O pleno conhecimento e aceitação das regras e das condições gerais da contratação, constantes do edital;
- 7.1.3** A responsabilidade pelas transações que forem efetuadas no sistema, assumindo como firmes e verdadeiras;
- 7.1.4** O cumprimento do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021;
- 7.1.5** O cumprimento dos requisitos para a habilitação e a conformidade de sua proposta com as exigências do edital de licitação.
- 7.1.6** Independente dos termos firmados no sistema eletrônico da concorrência, é imprescindível que o licitante arrematante apresente todas as declarações exigidas no edital sob pena de desclassificação/inabilitação.
- 7.2** Os licitantes encaminharão, exclusivamente por meio do sistema eletrônico, plano de comunicação publicitária, sem identificação, correspondente ao QUESITO I da proposta técnica, bem como a proposta de preços, até a data e o horário estabelecidos para abertura da sessão pública, quando, então, encerrar-se-á automaticamente a etapa de envio dessa documentação.
- 7.2.1** O envio das propostas técnica e de preço ocorrerá por meio de chave de acesso e senha.
- 7.2.2** Até a abertura da sessão pública, os licitantes poderão retirar ou substituir as propostas anteriormente inseridas no sistema;
- 7.2.3** Após a abertura da sessão pública inicial, os licitantes serão convocados para encaminharem os documentos comprobatórios dos quesitos II, III e IV da proposta técnica, no prazo de 24h a contar do encerramento da sessão, por meio do sistema eletrônico.
- 7.2.4** Não será estabelecida, nessa etapa do certame, ordem de classificação entre as propostas apresentadas, o que somente ocorrerá após a realização dos procedimentos de negociação e julgamento da proposta.
- 7.2.5** O licitante se responsabilizará por todas as transações que forem efetuadas em seu nome no sistema eletrônico, assumindo como firmes e verdadeiras suas propostas, assim como os lances inseridos durante a sessão pública.
- 7.2.6** Incumbirá ao licitante acompanhar as operações no sistema eletrônico durante a sessão pública da Concorrência, ficando responsável pelo ônus decorrente da perda de negócios, diante da inobservância de quaisquer mensagens emitidas pelo sistema ou de sua desconexão.
- 7.2.7** Os documentos que compõem a proposta do licitante melhor classificado somente serão disponibilizados para avaliação da Comissão de Contratação e para acesso público após o encerramento da fase de análise das propostas técnicas e de preço.
- 7.2.8** Todos os documentos desta Licitação, inclusive todas as correspondências e comunicações eventualmente trocadas, deverão ser redigidos em Língua Portuguesa (idioma oficial).
- 7.2.9** Todos os documentos retirados da internet que não possuam data específica de validade deverão ser emitidos com limite máximo de 60 (sessenta) dias anteriores à abertura do processo licitatório.

## **8. DA ELABORAÇÃO E PREENCHIMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

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

**8.4** O órgão julgador e o sistema não terão nenhuma responsabilidade sobre elementos ou palavras que possam identificar a proposta do licitante.

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

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

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

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

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

**8.9** A licitante enviará sua proposta técnica mediante o preenchimento, no sistema eletrônico, dos seguintes campos, EM DUAS ETAPAS DISTINTAS:

**8.9.1 ETAPA 1 - QUESITO I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:** Antes da sessão de abertura da licitação deverão ser enviados os documentos referentes ao Plano de Comunicação Publicitária, correspondente ao quesito I, em arquivo digital sem identificação, organizado sob a forma definida no Briefing – Anexo I do edital, composto dos subquesitos, Raciocínio Básico, Estratégia de

Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, observadas as seguintes disposições:

- a) Documentos em arquivo digital, no formato PDF, com orientação retrato;
- b) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, superior e inferior, a partir das respectivas bordas;
- c) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- d) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- e) alinhamento justificado do texto;
- f) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- g) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

#### **8.9.1.1 Subquesto:**

- **Raciocínio Básico:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante apresentará sua compreensão sobre o objeto da licitação, os desafios de comunicação a serem enfrentados, e as soluções propostas, de acordo com as informações prestadas no briefing.

- **Estratégia de Comunicação Publicitária:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela administração.

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

Como parte do quesito ideia criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o raciocínio básico e com a estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout ou “monstro” de spot de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante. Cada arquivo, cujo tamanho seja superior a 300mb, deverá ser enviado via link, com a licitante garantindo a plena visualização do arquivo no momento da avaliação por parte da comissão, tendo inclusive caráter desclassificatório caso não seja possível a visualização.

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

produção e veiculação. As tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo pode ser apresentados à parte, não tendo limite de páginas

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

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

## **8.9.2 ETAPA 2 - QUESITOS II, III e IV - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO)**

**8.9.2.1** Na sequência, serão convocados todos os licitantes para apresentação dos documentos comprobatórios dos quesitos II, III e IV, no prazo de 24h do encerramento da sessão de abertura da licitação.

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

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

- a) Declarações ou atestados fornecidos por, no mínimo, 2 (dois) clientes, pessoas jurídicas de direito público ou privado, que tenham sido atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um dos clientes, bem como o tipo de assinado pelo representante legal da empresa contratante (cliente), admitida a assinatura por certificação digital;

b) Qualificação, apresentação de no mínimo quatro profissionais, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência) que serão colocados à disposição para a execução do contrato, nas áreas de: direção de arte, redação, planejamento, atendimento, com formação, experiência e funções específicas

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

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

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

**8.9.2.6** A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 5.13.2.5. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

**8.9.2.7** É permitida a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, as quais poderão ser apresentadas em formato digital, e não entrarão no cômputo do número de página de que trata o subitem 5.13.2.5

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

**8.9.2.9** Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propõe a resolver, a qual deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem

**8.9.2.5** para descrição do Relato.

## **9. DA ABERTURA, CLASSIFICAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO**

**9.1** A abertura da presente licitação dar-se-á em sessão pública, por meio de sistema eletrônico, na data, horário e local indicados neste Edital.

**9.2** A Agente de Contratação verificará as propostas apresentadas, desclassificando, desde logo, aquelas que não estejam em conformidade com os requisitos estabelecidos neste Edital, contenham

vícios insanáveis ou não apresentem as especificações técnicas exigidas no Termo de Referência, conforme art. 59 da Lei nº 14.133/2021.

**9.3** A desclassificação será sempre fundamentada e registrada no sistema, com acompanhamento em tempo real por todos os participantes.

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

**9.5** O sistema disponibilizará campo próprio para troca de mensagens entre o Agente de Contratação e os licitantes.

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

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

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

**9.8.1** As propostas técnicas serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 7 DESTE EDITAL

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

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

**9.8.3** As propostas de preço serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 8 DESTE EDITAL

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

PPL = Pontuação de preço da licitante;

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

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

NTP = Nota Total Ponderada da licitante; NT = Nota Técnica da licitante; NP = Nota de Preço da licitante

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

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

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

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

### **10.2.1.1 Subquesto 1 – Raciocínio Básico**

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

### **10.2.1.2 Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária**

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

### **10.2.1.3 Subquesto 3 – Ideia Criativa**

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

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

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

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

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

### 10.2.3 QUESITO 3 – REPERTÓRIO

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

### 10.2.4 QUESITO 4 - RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO]

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

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

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

| PROPOSTA TÉCNICA                                                                                                                                                      |           |       |                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|------------------|
| QUESITOS                                                                                                                                                              |           |       | PONTUAÇÃO MÁXIMA |
| QUESITO 1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA                                                                                                                          |           |       | 65               |
| SUBQUESITO                                                                                                                                                            | PONTUAÇÃO | TOTAL |                  |
| 1.1 RACIOCÍNIO BÁSICO                                                                                                                                                 | 15        |       |                  |
| • Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Alagoinhas/BA nos contextos social, político e econômico                                            | 2         |       |                  |
| • Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Alagoinhas/BA com seus públicos                                                                  | 3         |       |                  |
| • Das características da Prefeitura de Alagoinhas/BA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária                                   | 5         |       |                  |
| • O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing                                                                                      | 5         |       |                  |
| 1.2 . ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA                                                                                                                          | 15        |       |                  |
| • O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e | 5         |       |                  |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |           |           |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
|   | a verba disponível                                                                                                                                                                                                                                                                          |           |           |
| • | A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Alagoinhas com seus diversos públicos                                                                                                   | 5         |           |
| • | A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação                                                                                                                                                                                              | 5         |           |
|   | <b>1.3 . IDEIA CRIATIVA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>20</b> |           |
| • | A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação                                                                                                                                                                                               | 5         |           |
| • | Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA e à sua inserção na sociedade                                                                                                                                                                                        | 5         |           |
| • | A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas                                                                                                                                                                                                                                   | 5         |           |
| • | A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos                                                                                                                                                                                                                                | 2         |           |
| • | A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação                                                                                                                                                                                               | 3         |           |
|   | <b>1.4 . ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>                                                                                                                                                                                                                                                | <b>15</b> |           |
| • | A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios                                                                                                                                                                                              | 5         |           |
| • | O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos                                                                                                                                                           | 5         |           |
| • | O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças                                                                                                                                                                    | 5         |           |
|   | <b>QUESITO - 2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>                                                                                                                                                                                                                                               |           | <b>20</b> |
| • | <b>• 2.1. PROFISSIONAIS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>10</b> |           |
| • | A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante; | 5         |           |
| • | A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos                                                                                                                                                                                | 5         |           |

|   |                                                                                                                                                                                      |           |            |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
|   | prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações. |           |            |
|   | <b>2.2.- SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO</b>                                                                                                                                              | <b>10</b> |            |
| • | A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Alagoinhas                                              | 6         |            |
| • | As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida                                                                    | 4         |            |
|   | <b>QUESITO 3. REPERTÓRIO</b>                                                                                                                                                         |           | <b>9</b>   |
| • | A ideia criativa da peça apresentada                                                                                                                                                 | 5         |            |
| • | A clareza da exposição                                                                                                                                                               | 2         |            |
| • | A qualidade da execução e do acabamento das peças                                                                                                                                    | 2         |            |
|   | <b>QUESITO 4.- RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO</b>                                                                                                                      |           | <b>6</b>   |
| • | Apresentação estratégica do case na proposição da solução publicitária                                                                                                               | 2         |            |
| • | Solução de comunicação encontrada e contribuição do objetivo da comunicação                                                                                                          | 2         |            |
| • | Relatos apresentados                                                                                                                                                                 | 2         |            |
|   | <b>PONTUAÇÃO GERAL GLOBAL</b>                                                                                                                                                        |           | <b>100</b> |

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

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

- Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;**
- Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- Obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

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

**7.8** A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 3 (três) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório.

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

## **11. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO**

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

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

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

- a) Percentual de desconto sobre a Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, fixados no limite estabelecido nos quesitos de item 10.

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

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

| PONTOS | PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS |
|--------|---------------------------------------------------------|
|--------|---------------------------------------------------------|

|    |     |
|----|-----|
| 25 | 10% |
| 20 | 11% |
| 18 | 12% |
| 15 | 13% |
| 12 | 14% |
| 10 | 15% |

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

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

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

PPL = Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

**11.5** Será desclassificada a proposta, que apresentar preço final superior ao preço máximo fixado

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

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

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

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

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

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

**11.9.1** O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante solicitação e justificativa do licitante, por meio do chat no sistema ([www.portaldecompraspublicas.com.br](http://www.portaldecompraspublicas.com.br)), formulada antes de finalizar o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação.

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

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

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

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

**11.12** O Agente da Contratação proclamará o resultado da análise das Propostas de Preços, atribuindo a nota da Proposta de Preço – NP, que será considerada para o cálculo da Nota Total Ponderada (NTP) da licitante, na forma prevista no item 6.6.3. deste Edital.

**11.13** A nota final será calculada através do somatório das notas de proposta técnica e da proposta

de preço, sendo a nota da proposta técnica com peso de 70% (setenta por cento) e a nota da proposta de preço com peso de 30% (trinta por cento), totalizando um percentual de 100% (cem por cento).

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

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

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

**12.3** A negociação será realizada por meio do sistema e poderá ser acompanhada pelos demais licitantes.

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

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

**12.6** O Agente de Contratação deverá solicitar, no sistema, o envio da proposta e, se necessário, dos documentos complementares, adequada à proposta ofertada, após a negociação de que trata este item.

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

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

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

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

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

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

**12.10** Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao saneamento das propostas, a sessão pública somente poderá ser reiniciada mediante aviso prévio no sistema com, no mínimo, **vinte e quatro horas de antecedência**, e a ocorrência será registrada em ata.

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

**a)** O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante solicitação e justificativa do licitante, por meio do chat no sistema ([www.portaldecompraspublicas.com.br](http://www.portaldecompraspublicas.com.br)), formulada antes de finalizar o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação;

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

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

**12.13** **Será adotado o modo de disputa FECHADO, conforme Art. 56, Inciso II e § 2º da Lei Federal 14.133/21.**

**12.14** Quando a desconexão do sistema eletrônico para o Agente de Contratação persistir por tempo superior a dez minutos, a sessão pública será suspensa e terá reinício somente após comunicação expressa do Agente de Contratação aos participantes do certame, publicada no <http://www.portaldecompraspublicas.com.br>, quando serão divulgadas data e hora para a sua reabertura. E será reiniciada somente após decorridas vinte e quatro horas da comunicação do fato pelo Agente de Contratação aos participantes, no sítio eletrônico utilizado para divulgação.

**12.15** Em caso de empate entre duas ou mais propostas, serão utilizados os seguintes critérios de desempate, nesta ordem:

**12.15.1** disputa final, hipótese em que os licitantes empatados poderão apresentar nova proposta em ato contínuo à classificação;

**12.15.2** avaliação do desempenho contratual prévio dos licitantes;

**12.15.3** desenvolvimento pelo licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, conforme regulamento;

**12.15.4** desenvolvimento pelo licitante de programa de integridade, conforme orientações dos órgãos de controle;

**12.16** Persistindo o empate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços produzidos ou prestados por:

**12.16.1** empresas estabelecidas no território do Estado ou do Distrito Federal do órgão ou entidade da

Administração Pública estadual ou distrital licitante ou, no caso de licitação realizada por órgão ou entidade de Município, no território do Estado em que este se localize;

**12.16.2** empresas brasileiras;

**12.16.3** empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

**12.16.4** empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187/2009.

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

### **13. HABILITAÇÃO**

**13.1** Na presente licitação, a fase de habilitação sucederá as fases de apresentação de propostas e de julgamento.

**13.2** Encerrada a análise quanto à aceitação da proposta, a licitante terá o prazo de 24 (vinte e quatro) horas para o envio dos documentos de habilitação conforme disposto no item 13 deste Edital e proposta redigida em língua portuguesa, datilografada ou digitada, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, devendo a última folha ser assinada e as demais rubricadas pelo licitante ou seu representante legal, exclusivamente por meio do sistema eletrônico, não sendo aceito por e-mail ou presencialmente.

**13.2.1** Se houver desclassificação, o prazo para o novo arrematante será o mesmo indicado no item 13.2, contado a partir da convocação.

**13.3** Será exigida a apresentação dos documentos de habilitação apenas pelo licitante vencedor no prazo de **24 (vinte e quatro) horas**.

**13.4** Em caso de participação de empresas em consórcio, será exigido o acréscimo de 10% (dez por cento) a 30% (trinta por cento) sobre o valor exigido de licitante individual para a habilitação econômico-financeira, salvo justificção no processo licitatório. Essa regra não se aplica aos consórcios formados, em sua totalidade, por microempresas e pequenas empresas, assim definidas em lei.

**13.5** Havendo a necessidade de envio de documentos de habilitação complementares, necessários à confirmação daqueles exigidos no Edital e já apresentados, a licitante será convocada a encaminhá-los, em formato digital, via sistema, no prazo de **até 24 (vinte e quatro) horas** sob pena de inabilitação.

**13.6** Somente haverá a necessidade de comprovação do preenchimento de requisitos mediante apresentação dos documentos originais não digitais quando houver dúvida em relação à integridade do documento digital.

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

**13.8** Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se a licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

a) Serão aceitos registros de CNPJ de licitante 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.

**13.9** As licitantes deverão encaminhar, nos termos deste Edital, a documentação relacionada nos itens a seguir, para fins de habilitação:

#### **13.10 HABILITAÇÃO JURÍDICA**

**a)** No caso de sociedade empresária ou empresa individual 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;

**b)** 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;

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

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

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

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

#### **13.11 HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA**

**a)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

**b)** Prova de inscrição estadual e/ou municipal, se houver do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei.

**c)** Prova de regularidade com as Fazendas Federal (conjunta com a Dívida ativa da União e INSS), Estadual e Municipal da sede da licitante;

**d)** Prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante a apresentação de Certificado de Regularidade de Situação/CRF;

**e)** Prova de regularidade com a Justiça Trabalhista, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), em conformidade com a Lei Federal nº 12.440/2011.

**f)** Declaração de cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal (**ANEXO V**).

**13.11.1 Para efeito da validade das certidões de regularidade fiscal, se outro prazo não constar da lei ou do próprio documento, será considerado o lapso de 30 (trinta) dias entre a data de sua expedição e a data da realização da licitação.**

**13.11.2 Se houver desclassificação, as certidões do novo arrematante deverão estar válidas ao dia da sua convocação.**

### **13.12 HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

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

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

**b1)** No caso de empresa recém-constituída (há menos de 01 (um) deverá apresentar o Balanço de Abertura devidamente registrado na Junta Comercial.

**b2)** No caso de empresa constituída a menos de 02 (dois) anos, deverá apresentar Balanço patrimonial e demonstrações contábeis devidamente registrado na Junta Comercial apenas do último exercício.

**b3)** Entende-se por “último exercício social já exigível” aquele para o qual já se esgotou o prazo para a apresentação do Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado para a Receita Federal.

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

**c1)** ILC = Índice de Liquidez Corrente maior ou igual a 1,00, calculado pela seguinte fórmula:

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

PC

AC = ATIVO CIRCULANTE

PC = PASSIVO CIRCULANTE

**c2)** IEG = Índice de Endividamento Geral, menor ou igual a 0,8, calculado pela seguinte fórmula:

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

AT

PC = PASSIVO CIRCULANTE

ELP = EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

AT = ATIVO TOTAL

**c3)** Os índices de que trata os subitens acima serão calculados pelo responsável da contabilidade, devendo conter a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade no documento de apresentação dos cálculos, preferencialmente assinada pelo seu representante legal ou responsável de contabilidade.

**c4)** Se a informação do memorial de cálculo não conferir com os elementos constantes no Balanço Patrimonial, o licitante será inabilitado, independente da adoção das medidas legais cabíveis.

**13.12.1** Caso conste no Balanço Patrimonial o cálculo de todos os índices solicitados na alínea c), a declaração será dispensada.

**13.12.2** No caso de empresa recém-constituída fica dispensada os índices solicitados na alínea c).

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

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

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

**13.12.1** Os documentos de Habilitação deverão estar com prazo vigente, não havendo prazo nos documentos eles serão considerados válidos se emitidos em até 60 (sessenta) dias.

### **13.13 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

**13.13.1** Atestado(s) fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprove aptidão no desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação. Os atestados fornecidos por pessoas jurídicas de direito privado deverão constar o papel timbrado da empresa emitente do atestado. Quanto ao(s) atestado(s) fornecido(s) por órgãos públicos, os mesmos não serão aceitos quando apresentados com assinaturas de pregoeiros e/ou presidentes ou membros de comissões de licitações, em virtude destes servidores não terem competência legal para atestarem recebimentos dos fornecimentos/serviços;

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

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

#### **13.14 DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR**

- a)** Declaração de que não incorre nas condições impeditivas do art. 14 da Lei Federal nº 14.133/21 **(ANEXO V);**
- b)** Declaração de que atende aos requisitos de habilitação, declarando que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (em atendimento ao inciso I do art. 63 da Lei nº 14.133/2021) **(ANEXO V);**
- c)** Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas (em atendimento ao inciso IV do art. 63 da Lei nº 14.133/2021) **(ANEXO V);**
- d)** Declaração de que, no ano calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte (somente para microempresas e às empresas de pequeno porte) **(ANEXO V);**
- e)** Declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas **(ANEXO V);**
- f)** Declaração de dados do representante legal para assinatura do Contrato **(ANEXO VIII). (FACULTADO);**
- g)** Declaração de Cota de Aprendizagem – Artigo 429 CLT **(Anexo VII).**

**13.15** A licitante deverá apresentar e seguir todos os anexos deste edital, o não cumprimento acarretará inabilitação da licitante.

**13.16** Os documentos deverão, preferencialmente, ser apresentados ordenadamente, numerados sequencialmente por item da habilitação, de modo a facilitar sua análise.

**13.17** A apresentação de declaração falsa pelo licitante acarretará a aplicação da penalidade prevista no **item 22 – DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**, deste edital.

**13.18** Se a matriz participar da licitação, todos os documentos devem ser apresentados em seu nome e de acordo com o seu CNPJ. Se a filial participar da licitação, todos os documentos devem ser apresentados em seu nome e de acordo com o seu CNPJ. (Exceto aquelas certidões expedidas em nome da matriz que são válidas para as filiais).

**13.19** Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado à microempresa e empresa de pequeno porte que comprovar a sua condição para o caso, na fase de credenciamento, e, que for declarado o vencedor do certame, o prazo de 05 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa, visando a sua habilitação no certame.

**13.20** A não-regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 156 da Lei Federal nº

14.133/2021, e suas alterações posteriores, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

**13.21** Nos itens não exclusivos a microempresas e empresas de pequeno porte, em havendo inabilitação, haverá nova verificação, pelo sistema, da eventual ocorrência do empate ficto, previsto nos artigos 44 e 45 da LC nº 123/2006, seguindo-se a disciplina antes estabelecida para aceitação da proposta subsequente.

**13.22** Havendo necessidade de analisar minuciosamente os documentos exigidos, o Agente de Contratação suspenderá a sessão, informando no “chat” a nova data e horário para a continuidade da mesma.

**13.23** Será inabilitada a licitante que não comprovar sua habilitação, seja por não apresentar quaisquer dos documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o estabelecido no Edital.

**13.24** Constatado o atendimento às exigências de habilitação fixadas no Edital, a licitante será declarada vencedora.

#### **14. DECLARAÇÃO DE VENCEDOR E RECURSOS**

**14.1** Após análise das propostas técnicas e de preços e constatado a aceitação ou não das mesmas, quanto ao atendimento das exigências fixadas no edital, o sistema permanecerá aberto por 10 (dez) minutos para que qualquer licitante manifeste imediatamente a intenção de recurso, sendo que a falta de manifestação imediata importará na decadência do direito de recurso, **conforme art. 165, inciso I letra b) da Lei Federal nº 14.133/21.**

**14.1.1** Manifestada a intenção de recorrer, por qualquer dos licitantes, será concedido o prazo de 03 (três) dias úteis para a apresentação das razões do recurso. Os demais licitantes se quiserem apresentar contrarrazões, deverão considerar igual prazo, cuja contagem terá início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.

**14.2** Após análise da documentação de habilitação e constatado que o proponente da melhor oferta aceitável atende às exigências fixadas no edital, o licitante será declarado vencedor, **conforme art. 165, inciso I letra c) da Lei Federal nº 14.133/21.**

**14.2.1** A declaração de vencedor do certame será previamente comunicada no sistema eletrônico.

**14.3** Declarado o vencedor, ao final da sessão, o sistema permanecerá aberto por 10 (dez) minutos para que qualquer licitante manifeste imediatamente a intenção de recurso, sendo que a falta de manifestação imediata importará na decadência do direito de recurso e, conseqüentemente, na declaração de licitante vencedor.

**14.3.1** Manifestada a intenção de recorrer, por qualquer dos licitantes, será concedido o prazo de 03 (três) dias úteis para a apresentação das razões do recurso. Os demais licitantes se quiserem apresentar contrarrazões, deverão considerar igual prazo, cuja contagem terá início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.

**14.3.2** O exame, a instrução e o encaminhamento dos recursos à autoridade superior do órgão ou entidade promotora da licitação, serão realizados pelo AGENTE DE CONTRATAÇÃO no prazo de até 03 (três) dias úteis.

**14.3.3** A autoridade superior do órgão promotor da concorrência deverá decidir o recurso no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

**14.3.4** O acolhimento do recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

**14.4** Estando classificadas e habilitadas microempresas ou empresas de pequeno porte, beneficiárias do regime diferenciado da Lei Complementar nº 123/06, cuja habilitação foi procedida com a ressalva de existência de restrição fiscal, deverá ser feita prova da efetiva regularização da documentação no prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá à data em que declarado o vencedor, prorrogável, por igual período, a critério da Administração Pública.

**14.5** Não restando comprovada a satisfação da regularidade fiscal, a licitante será declarada inabilitada, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas na legislação pertinente.

## **15. REABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA**

**15.1** A sessão pública poderá ser reaberta:

**a)** Nas hipóteses de provimento de recurso que leve à anulação de atos anteriores à realização da sessão pública precedente ou em que seja anulada a própria sessão pública, situação em que serão repetidos os atos anulados e os que dele dependam.

**b)** Quando houver erro na aceitação do preço melhor classificado ou quando a licitante declarada vencedora não assinar o contrato, não retirar o instrumento equivalente ou não comprovar a regularização fiscal e trabalhista, nos termos do artigo 43, §1º da LC nº 123/2006. Nessas hipóteses, serão adotados os procedimentos imediatamente posteriores ao encerramento da fase de propostas.

**15.2** Todas as licitantes remanescentes deverão ser convocadas para acompanhar a sessão reaberta.

**15.3** A convocação se dará por meio do sistema eletrônico ("chat"), ou e-mail, ou de acordo com a fase do procedimento licitatório.

**15.4** A convocação feita por e-mail dar-se-á de acordo com os dados contidos no **CADASTRO DO PORTAL DE COMPRAS PÚBLICAS**, sendo responsabilidade da licitante manter seus dados cadastrais atualizados.

## **16. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO**

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

## **17. GARANTIAS DE EXECUÇÃO**

**17.1** Não haverá exigência de garantia contratual da execução.

## **18. DO CONTRATO OU INSTRUMENTO EQUIVALENTE**

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

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

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

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

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

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

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

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

**18.8** A Contratada reconhece que as hipóteses de rescisão são aquelas previstas no artigo 137 da Lei nº 14.133/2021 e reconhece os direitos da Administração previstos nos artigos 138 e 139 da mesma Lei.

**18.9** O prazo de vigência da contratação é o estabelecido no Termo de Referência.

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

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

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

**18.13** Na hipótese de a vencedora da licitação não comprovar as condições de habilitação consignadas

no edital ou se recusar a assinar o contrato ou a ata de registro de preços, a Administração, sem prejuízo da aplicação das sanções das demais cominações legais cabíveis a essa licitante, poderá convocar outra licitante, respeitada a ordem de classificação, para, após a comprovação dos requisitos para habilitação, analisada a proposta e eventuais documentos complementares e, feita a negociação, assinar o contrato.

## **19. RESCISÃO CONTRATUAL**

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

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

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

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

## **20. FORMA DE PAGAMENTO**

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

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

**20.3** As liquidações deverão serem realizadas a partir da data do cumprimento da obrigação contratual ou do transcurso de etapa ou de parcela, desde que previsto e autorizado o parcelamento da prestação,

em conformidade com o cronograma de execução e o cronograma financeiro, e seguirá o fluxo do organograma estabelecido no Decreto.

**20.4** Ocorrendo qualquer situação que impeça a certificação do adimplemento da obrigação ou quando o contratado for notificado para sanar as ocorrências relativas à execução do contrato ou à documentação apresentada, a respectiva cobrança perante a unidade administrativa contratante será tornada sem efeito, com a consequente exclusão da lista classificatória de credores. O fornecedor será reposicionado na lista classificatória a partir da regularização das falhas e/ou, caso seja necessário, da emissão de novo documento fiscal, momento em que será reiniciada a contagem dos prazos de liquidação e pagamento disponíveis à unidade administrativa contratante. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto a dimensão, qualidade e quantidade, a parcela incontroversa deverá ser liberada no prazo previsto para pagamento.

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

I - Fornecimento de bens;

II - Locações;

III - Prestação de serviços;

IV - Realização de obras.

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

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

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

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

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

## **21. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**21.1** As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral do Município.

**21.2** As dotações orçamentárias utilizadas serão as relacionadas abaixo:

| U.O. | Ação | Elemento de Despesa | Fonte de Recurso |
|------|------|---------------------|------------------|
|------|------|---------------------|------------------|

|                |       |           |          |
|----------------|-------|-----------|----------|
| 032424 - SECOM | 2.012 | 3.3.90.39 | 500.000  |
| 032424 - SECOM | 2.012 | 3.3.90.39 | 753.000  |
| 030450 - SESAU | 2.022 | 3.3.90.39 | 500.1002 |
| 030450 - SESAU | 2.022 | 3.3.90.39 | 600.000  |
| 030450 - SESAU | 2.012 | 3.3.90.39 | 500.1002 |
| 030653 - SEDUC | 2.012 | 3.3.90.39 | 500.1001 |
| 031351 - SEDES | 2.226 | 3.3.90.39 | 660.000  |

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

**22.1** Pelo descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas partes, salvo casos fortuitos ou de força maior, a parte infratora responderá pelas sanções previstas nos artigos 155 e 156 da Lei Federal nº 14.133/2021 e Decreto nº 318/2023 de 17 de abril de 2023, sem prejuízo da responsabilidade civil ou penal cabíveis.

## **23. REVOGAÇÃO – ANULAÇÃO**

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

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

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

## **24. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**

**24.1** Os pedidos de impugnações referentes ao edital deverão ser apresentados por escrito e endereçados ao AGENTE DE CONTRATAÇÃO, contendo as informações para contato **(telefone, endereço eletrônico, contrato social ou instrumento equivalente acompanhado da procuração, quando necessário)**, sendo que, até três dias úteis antes da data fixada para abertura da sessão pública, qualquer pessoa poderá impugnar o Edital, DEVENDO ser feitos EXCLUSIVAMENTE por FORMA ELETRÔNICA no sistema [www.portaldecompraspublicas.com.br](http://www.portaldecompraspublicas.com.br).

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

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

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

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

**24.6** As respostas às impugnações e os esclarecimentos prestados pelo AGENTE DE CONTRATAÇÃO serão entranhados nos autos do processo licitatório e serão divulgadas no Portal de Compras Públicas.

## **25. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

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

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

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

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

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

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

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

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

**25.8** Quaisquer informações e esclarecimentos relativos a esta licitação deverão ser feitos EXCLUSIVAMENTE por FORMA ELETRÔNICA no sistema [www.portaldecompraspublicas.com.br](http://www.portaldecompraspublicas.com.br). Maiores informações Tel. (0xx75) 3422-8607.

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

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

## **26. DOS ANEXOS**

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

**ANEXO I:** Briefing;

**ANEXO II:** Termo de Referência;

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

**ANEXO IV:** Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

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

**ANEXO VI:** Modelo de Declaração de Idoneidade;

**ANEXO VII:** Modelo de Declaração de Cota de Aprendizagem – Artigo 429 CLT

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

**ANEXO IX:** Minuta do Contrato;

Alagoinhas/BA, 26 de Março de 2025.

**ÁLVARO VINICIUS MAIA MULLER**  
Secretário Municipal de Comunicação

## ANEXO I

### BRIEFING

#### **BRIEFING – CAMPANHA TESTE**

##### **1. CENÁRIO**

Alagoinhas, localizada na Bahia, é uma cidade que apresenta um grande potencial econômico e estratégico. A proximidade com a capital, Salvador, e a sua posição privilegiada em relação ao Litoral Norte e Agreste do estado são diferenciais importantes. Com abundância de água, um recurso essencial para a indústria, Alagoinhas é rica em diversidade de recursos naturais e possui uma infraestrutura em desenvolvimento.

Apesar de seu histórico de produção agrícola e industrial, a Prefeitura Municipal busca explorar ainda mais as oportunidades da cidade, atraindo novas indústrias e empresas para criar um ambiente favorável ao investimento. Além disso, a gestão municipal deseja fortalecer o orgulho dos cidadãos de Alagoinhas, reforçando a identidade local e destacando os potenciais da cidade.

##### **2. DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO**

- Percepção Externa: É fundamental superar a imagem de cidades menores e menos desenvolvidas em comparação aos grandes centros urbanos.
- Engajamento da Comunidade: Criar um sentimento de pertencimento e orgulho entre os moradores para que se tornem embaixadores da cidade.
- Informação Clara e Objetiva: Comunicar os benefícios de se instalar em Alagoinhas, como localização estratégica, proximidade da capital, água abundante e de qualidade, infraestrutura em desenvolvimento e mão de obra qualificada.

##### **3. OBJETIVOS PRINCIPAIS DO EXERCÍCIO CRIATIVO**

- Posicionar Alagoinhas como um polo atrativo para novas indústrias e empresas no Nordeste brasileiro.
- Conscientizar sobre os benefícios econômicos e sociais de investir em Alagoinhas.
- Estimular o orgulho e a participação dos moradores na promoção da cidade.
- Criar uma identidade visual marcante e uma mensagem que ressoe tanto com investidores quanto com a comunidade local.

##### **4. PÚBLICO ALVO**

- Investidores e Empresários: Executivos e empreendedores da região Nordeste que buscam novas oportunidades de negócios nas áreas de agronegócio, indústria, logística e tecnologia.
- Moradores de Alagoinhas: Incluindo jovens, trabalhadores e líderes comunitários que podem se tornar defensores ativos da cidade.

## **5. PERÍODO DE IMPLEMENTAÇÃO**

A campanha terá duração de 30 dias.

## **6. PRAÇAS DE ATUAÇÃO**

- Regional: Foco em cidades vizinhas na Bahia com potencial para investimentos.
- Nacional: Atrair investidores de outras regiões do Brasil, especialmente do Sudeste e Sul, onde há maior concentração industrial.

## **7. VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO**

Mídia Digital:

- Redes sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn) para engajamento dinâmico e promoção de conteúdo visual atrativo.
- Campanhas de Google Ads direcionadas especificamente a investidores interessados.
- Criação de um site ou landing page dedicada à campanha para centralizar informações.

Mídia Impressa:

- Anúncios em revistas e jornais voltados ao público empresarial e econômico.
- Distribuição de folhetos informativos durante eventos e feiras do setor.
- Anúncios em outdoor estratégicos nas principais vias da cidade.

Mídia Eletrônica:

- Anúncios em TV com foco regional.
- Campanhas no YouTube para alcançar um público mais amplo.
- Spots publicitários em emissoras de rádio locais.

## **8. VERBA DESTINADA À CAMPANHA**

O orçamento total disponível é de R\$ 4.500.000,00, que será distribuído entre criação, mídia e eventos promovidos durante a campanha.

**ANEXO II**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

**1. DO OBJETO**

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

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

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

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

1.4. Contratação, via CONCORRÊNCIA, com fundamento na Lei Federal nº 12.232/10, de 1 (uma) agência de publicidade e propaganda, empresas especializadas na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, obras, serviços eventos internos e externos, divulgações de caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS, site institucional, campanhas de órgão e entidades da Administração Pública Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal, compreendendo o estudo, planejamento, concepção, pesquisa, produção, execução, distribuição, controle e supervisão de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, controle das inserções publicitárias de mídias contratadas nos veículos de divulgação, tais como, jornal impresso e online, sites, blogs e redes sociais, TV, rádio, outdoor, mídia exterior, dentre outros, compreendendo o que se segue:

1.5. O planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas na execução do contrato, vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

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

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

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

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

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

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

1.12. Veiculação de atos legais oficiais nos veículos de comunicação

1.13. Conforme prevê o art. 3º da Lei Federal Nº 12.232/10, as pesquisas e outros elementos do subitem 1.1. terão a finalidade de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e divulgação de mensagens, bem como de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

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

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

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

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

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

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

2.2. O Município está elaborando o Plano de Contratações Anual, todavia o objeto da contratação está

previsto no Planejamento constante no Plano Plurianual 2022/2025 deste Município (Lei nº 2.582, e 17 de dezembro de 2021) e na Lei Orçamentária Anual 2025 (Lei nº 2825 de 2 de janeiro de 2025).

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

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

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

4.1 Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve: O conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares: I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as

peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei; II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato. Para descrição da solução como um todo, ainda cabe informar que a presente contratação, a exceção das questões apresentadas no quadro a seguir, será operacionalizada nos moldes adotados nos contratos vigentes e anteriores.

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

5.1. São requisitos de contratação:

5.1.1. O planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas na execução do contrato, vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

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

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

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

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

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

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

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

5.1.9. A contratada deve alcançar os mais diferentes segmentos da população, tornando as publicações

legais de fato públicas e acessíveis, democratizando a informação.

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

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

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

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

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

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

#### **5.8. Da Subcontratação**

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

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

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

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

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

5.10.1 Os licitantes encaminharão, exclusivamente por meio do sistema eletrônico, plano de comunicação publicitária, sem identificação, correspondente ao QUESITO I da proposta técnica, bem

como a proposta de preços, até a data e o horário estabelecidos para abertura da sessão pública, quando, então, encerrar-se-á automaticamente a etapa de envio dessa documentação.

5.10.2. O envio das propostas técnica e de preço ocorrerá por meio de chave de acesso e senha.

5.10.3. Até a abertura da sessão pública, os licitantes poderão retirar ou substituir as propostas anteriormente inseridas no sistema;

5.10.4. Após a abertura da sessão pública inicial, os licitantes serão convocados para encaminharem os documentos comprobatórios dos quesitos II, III e IV da proposta técnica, no prazo de 24h a contar do encerramento da sessão, por meio do sistema eletrônico.

5.10.5 Não será estabelecida, nessa etapa do certame, ordem de classificação entre as propostas apresentadas, o que somente ocorrerá após a realização dos procedimentos de negociação e julgamento da proposta.

5.10.6. O licitante se responsabilizará por todas as transações que forem efetuadas em seu nome no sistema eletrônico, assumindo como firmes e verdadeiras suas propostas, assim como os lances inseridos durante a sessão pública.

5.10.7. Incumbirá ao licitante acompanhar as operações no sistema eletrônico durante a sessão pública da Concorrência, ficando responsável pelo ônus decorrente da perda de negócios, diante da inobservância de quaisquer mensagens emitidas pelo sistema ou de sua desconexão.

5.10.8. Os documentos que compõem a proposta do licitante melhor classificado somente serão disponibilizados para avaliação da Comissão de Contratação e para acesso público após o encerramento da fase de análise das propostas técnicas e de preço.

5.10.9. Todos os documentos desta Licitação, inclusive todas as correspondências e comunicações eventualmente trocadas, deverão ser redigidos em Língua Portuguesa (idioma oficial).

5.10.10. Todos os documentos retirados da internet que não possuam data específica de validade deverão ser emitidos com limite máximo de 60 (sessenta) dias anteriores à abertura do processo licitatório.

#### **5.11. DA ELABORAÇÃO E PREENCHIMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

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

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

5.11..5. O órgão julgador e o sistema não terão nenhuma responsabilidade sobre elementos ou palavras que possam identificar a proposta do licitante.

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

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

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

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

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

5.13. A licitante enviará sua proposta técnica mediante o preenchimento, no sistema eletrônico, dos seguintes campos, EM DUAS ETAPAS DISTINTAS:

5.13.1. ETAPA 1 - QUESITO I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: Antes da sessão de abertura da licitação deverão ser enviados os documentos referentes ao Plano de Comunicação Publicitária, correspondente ao quesito I, em arquivo digital sem identificação, organizado sob a forma definida no Briefing – Anexo I do edital, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, observadas as seguintes disposições:

- a) Documentos em arquivo digital, no formato PDF, com orientação retrato;
- b) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, superior e inferior, a partir das respectivas bordas;
- c) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

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

e) alinhamento justificado do texto;

f) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;

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

#### 5.13.1.2 Subquesto:

- **Raciocínio Básico:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante apresentará sua compreensão sobre o objeto da licitação, os desafios de comunicação a serem enfrentados, e as soluções propostas, de acordo com as informações prestadas no briefing.

- **Estratégia de Comunicação Publicitária:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela administração.

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

Como parte do quesito ideia criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o raciocínio básico e com a estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout ou “monstro” de spot de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante. Cada arquivo, cujo tamanho seja superior a 300mb, deverá ser enviado via link, com a licitante garantindo a plena visualização do arquivo no momento da avaliação por parte da comissão, tendo inclusive caráter desclassificatório caso não seja possível a visualização.

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

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

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

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

#### **5.13.2. ETAPA 2 - QUESITOS II, III e IV - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO)**

5.13.2.1. Na sequência, serão convocados todos os licitantes para apresentação dos documentos comprobatórios dos quesitos II, III e IV, no prazo de 24h do encerramento da sessão de abertura da licitação.

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

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

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

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

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

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

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

5.13.2.5.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 5.13.2.5. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

5.13.2.5.2. É permitida a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, as quais poderão ser apresentadas em formato digital, e não entrarão no cômputo do número de página de que trata o subitem 5.13.2.5

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

5.13.2.5.4. Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propõe a resolver,, a qual deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 5.13.2.5 para descrição do Relato.

#### **5.14. DA PROPOSTA DE PREÇO:**

5.14.1. A licitante enviará sua **PROPOSTA DE PREÇOS** mediante o preenchimento, no sistema eletrônico, dos seguintes campos:

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

serviços de terceiros, nos termos abaixo.

d) As licitantes deverão observar ainda que:

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

II - Nos termos do subitem 8.2 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre: a) serviços externos de produção; b) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e/ou sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

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

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

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

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

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

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

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

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

i) Declaração de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros, que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação, serão de responsabilidade do licitante/contratado;

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

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

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

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

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

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

6.1. A abertura da presente licitação dar-se-á em sessão pública, por meio de sistema eletrônico, na data, horário e local indicados no Edital.

6.1.1. Quando a desconexão do sistema eletrônico para o Agente de Contratação persistir por tempo superior a dez minutos, a sessão pública será suspensa e terá reinício somente após comunicação expressa do Agente de Contratação aos participantes do certame, publicada no <http://www.portaldecompraspublicas.com.br>, quando serão divulgadas data e hora para a sua reabertura. E será reiniciada somente após decorridas vinte e quatro horas da comunicação do fato pelo Agente de Contratação aos participantes, no sítio eletrônico utilizado para divulgação.

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

- a) A desclassificação será sempre fundamentada e registrada no sistema, com acompanhamento em tempo real por todos os participantes;
- b) A não desclassificação da proposta não impede o seu julgamento definitivo em sentido contrário, levado a efeito na fase de aceitação.

6.3. O sistema disponibilizará campo próprio para troca de mensagens entre o Agente de Contratação e as licitantes.

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

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

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

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

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

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

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

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

PPL = Pontuação de preço da licitante;

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

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

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

NP = Nota de Preço da licitante

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

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

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

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

#### **7.2.1.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico**

a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Alagoinhas/BA nos contextos social, político e econômico

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

#### **7.2.1.2      Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária**

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

#### **7.2.1.3      Subquesto 3 – Ideia Criativa**

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

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

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

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

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

### **7.2.3      QUESITO 3 – REPERTÓRIO**

- a) A ideia criativa da peça apresentada;
- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e

públicos- alvo;

c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;

#### **7.2.4 . QUESITO 4 - RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**

a) Apresentação estratégica do case na proposição da solução publicitária

b) Solução de comunicação encontrada e contribuição do objetivo da comunicação

c) Relatos apresentados

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

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

| PROPOSTA TÉCNICA                                                                                                                                                                                                                            |           |       |                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|------------------|
| QUESITOS                                                                                                                                                                                                                                    |           |       | PONTUAÇÃO MÁXIMA |
| <b>QUESITO 1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>                                                                                                                                                                                         |           |       | <b>65</b>        |
| SUBQUESITO                                                                                                                                                                                                                                  | PONTUAÇÃO | TOTAL |                  |
| <b>1.1 RACIOCÍNIO BÁSICO</b>                                                                                                                                                                                                                | <b>15</b> |       |                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Alagoinhas/BA nos contextos social, político e econômico</li> </ul>                                                                  | 2         |       |                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Alagoinhas/BA com seus públicos</li> </ul>                                                                                        | 3         |       |                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Das características da Prefeitura de Alagoinhas/BA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária</li> </ul>                                                         | 5         |       |                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing</li> </ul>                                                                                                            | 5         |       |                  |
| <b>1.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>                                                                                                                                                                                           | <b>15</b> |       |                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível</li> </ul>    | 5         |       |                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Alagoinhas com seus diversos públicos</li> </ul> | 5         |       |                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de</li> </ul>                                                                                                        | 5         |       |                  |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |           |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
|   | comunicação                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           |           |
|   | <b>1.3 IDEIA CRIATIVA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>20</b> |           |
| • | A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação                                                                                                                                                                                                     | 5         |           |
| • | Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA e à sua inserção na sociedade                                                                                                                                                                                              | 5         |           |
| • | A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas                                                                                                                                                                                                                                         | 5         |           |
| • | A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos                                                                                                                                                                                                                                      | 2         |           |
| • | A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação                                                                                                                                                                                                     | 3         |           |
|   | <b>1.4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>15</b> |           |
| • | A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios                                                                                                                                                                                                    | 5         |           |
| • | O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos                                                                                                                                                                 | 5         |           |
| • | O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças                                                                                                                                                                          | 5         |           |
|   | <b>QUESITO 2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>                                                                                                                                                                                                                                                       |           | <b>20</b> |
|   | <b>2.1 PROFISSIONAIS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>10</b> |           |
| • | A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante;       | 5         |           |
| • | A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações. | 5         |           |
|   | <b>2.2 SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO</b>                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>10</b> |           |
| • | A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Alagoinhas                                                                                                                                                           | 6         |           |
| • | As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida                                                                                                                                                                                 | 4         |           |
|   | <b>QUESITO 3. REPERTÓRIO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                      |           | <b>9</b>  |

|   |                                                                             |   |            |
|---|-----------------------------------------------------------------------------|---|------------|
| • | A ideia criativa da peça apresentada                                        | 5 |            |
| • | A clareza da exposição                                                      | 2 |            |
| • | A qualidade da execução e do acabamento das peças                           | 2 |            |
|   | <b>QUESITO 4. RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO</b>              |   | <b>6</b>   |
| • | Apresentação estratégica do case na proposição da solução publicitária      | 2 |            |
| • | Solução de comunicação encontrada e contribuição do objetivo da comunicação | 2 |            |
| • | Relatos apresentados                                                        | 2 |            |
|   | <b>PONTUAÇÃO GERAL GLOBAL</b>                                               |   | <b>100</b> |

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

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

- Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;**
- Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- Obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

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

**7.8** A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 3 (três) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório.

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

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

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

- Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência do Sindicato da Agência de Propaganda do Estado da Bahia - SINAPRO/BA, em vigor, a ser concedido pela agência à Prefeitura de Alagoinhas/BA;
- Percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das

campanhas realizadas ou a serem realizadas;

c) Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pela Prefeitura de Alagoinhas/BA

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

a) Percentual de desconto sobre a Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, fixados no limite estabelecido nos quesitos de item 10.

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

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

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

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

| PONTOS | PERCENTUAL DE HONORÁRIOS |
|--------|--------------------------|
| 25     | 5%                       |

|    |     |
|----|-----|
| 20 | 6%  |
| 18 | 7%  |
| 15 | 8%  |
| 12 | 9%  |
| 10 | 10% |

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

$PPL =$  Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

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

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

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

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

**7.15** Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências,

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

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

**7.16.1** O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante solicitação e justificativa do licitante, por meio do chat no sistema ([www.portaldecompraspublicas.com.br](http://www.portaldecompraspublicas.com.br)), formulada antes de finalizar o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação.

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

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

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

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

**7.19** O Agente da Contratação proclamará o resultado da análise das Propostas de Preços, atribuindo a nota da Proposta de Preço – NP, que será considerada para o cálculo da Nota Total Ponderada (NTP) da licitante, na forma prevista no item 6.6.3. deste Edital.

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

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

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

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

**8.3** A negociação será realizada por meio do sistema e poderá ser acompanhada pelos demais licitantes.

**8.4** Quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sobrepreço, a análise de propostas e a negociação poderá ser feita com os demais licitantes

classificados, exclusivamente por meio do sistema, respeitada a ordem de classificação, ou, em caso de propostas intermediárias empatadas, serão utilizados os critérios de desempate previstos no artigo 60 da Lei nº 14.133, de 2021.

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

8.6 O Agente de Contratação deverá solicitar, no sistema, o envio da proposta e, se necessário, dos documentos complementares, adequada à proposta ofertada, após a negociação de que trata este item.

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

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

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

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

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

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

8.10 Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao saneamento das propostas, a sessão pública somente poderá ser reiniciada mediante aviso prévio no sistema com, no mínimo, **vinte e quatro horas de antecedência**, e a ocorrência será registrada em ata.

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

8.11.1 O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação mediante solicitação e justificativa do licitante, por meio do chat no sistema ([www.portaldecompraspublicas.com.br](http://www.portaldecompraspublicas.com.br)), formulada antes de finalizar o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação;

8.11.2 Dentre os documentos passíveis de solicitação pelo Agente de Contratação, destacam-se os que contenham as características do material ofertado, tais como marca, modelo, tipo, fabricante e

procedência, além de outras informações e documentos pertinentes, a exemplo de catálogos, folhetos ou propostas, encaminhados por meio eletrônico, ou, se for o caso, por outro meio e prazo indicados pelo Agente de Contratação, sem prejuízo do seu ulterior envio pelo sistema eletrônico, sob pena de não aceitação da proposta.

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

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

## **9 DO MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

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

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

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

9.3 Os serviços serão recebidos provisoriamente por ocasião da sua efetiva entrega, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta.

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

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

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

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

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

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

- c) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser justificada ao Município, por escrito, para decisão sobre a contratação.
- d) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:
- I. Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- II. Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
- III. Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.
- e) Direitos Autorais - A contratada deve ceder ao Município de Alagoinhas os direitos autorais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.
- f) Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.
- g) A contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, uso de imagem, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

## **CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

### **10 DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

- 10.1 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.
- 10.2 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.
- 10.3 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.
- 10.4 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.
- 10.5 Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das

estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10.9.3 O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais

técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

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

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

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

## **11 DO CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO**

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

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

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

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

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

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

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

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

indevida.

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

11.10A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.11Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

11.12Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.13A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento

11.14Nenhum pagamento será efetuado sem a apresentação dos documentos exigidos, bem como enquanto não forem sanadas irregularidades eventualmente constatadas na nota fiscal, no fornecimento dos bens ou no cumprimento de obrigações contratuais.

11.15Os pagamentos ficarão condicionados à prévia informação pelo credor, dos dados da conta-corrente bancária de titularidade do Contratado.

11.16As notas fiscais devem ser emitidas em nome do Município Contratante, devendo constar ainda número da licitação e/ou contrato.

## **12 DA FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

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

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

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

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

### **12.5 HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

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

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

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

12.5.4 Inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz, no caso de ser o participante sucursal, filial ou agência;

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

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

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

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

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

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

12.6.2 Prova de regularidade fiscal perante a **Fazenda Nacional**, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

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

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

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

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

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

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

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

12.6.10 Caso a proposta mais vantajosa seja ofertada por licitante qualificada como microempresa ou

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

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

## **12.7 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

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

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

b1) No caso de empresa recém-constituída (há menos de 01 (um) deverá apresentar o Balanço de Abertura devidamente registrado na Junta Comercial.

b2) No caso de empresa constituída a menos de 02 (dois) anos, deverá apresentar Balanço patrimonial e demonstrações contábeis devidamente registrado na Junta Comercial apenas do último exercício.

b3) Entende-se por “último exercício social já exigível” aquele para o qual já se esgotou o prazo para a apresentação do Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado para a Receita Federal.

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

c1) ILC = Índice de Liquidez Corrente maior ou igual a 1,00, calculado pela seguinte fórmula:

ILC = AC, onde:

PC

AC = ATIVO CIRCULANTE

PC = PASSIVO CIRCULANTE

c2) IEG = Índice de Endividamento Geral, menor ou igual a 0,8, calculado pela seguinte formula:

IEG = PC + ELP, onde:

AT

PC = PASSIVO CIRCULANTE

ELP = EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

AT = ATIVO TOTAL

c3) Os índices de que trata os subitens acima serão calculados pelo responsável da contabilidade, devendo conter a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade no documento de apresentação dos cálculos, preferencialmente assinada pelo seu representante legal ou responsável de contabilidade.

c4) Se a informação do memorial de cálculo não conferir com os elementos constantes no Balanço Patrimonial, o licitante será inabilitado, independente da adoção das medidas legais cabíveis.

12.7.3 Caso conste no Balanço Patrimonial o cálculo de todos os índices solicitados na alínea c), a declaração será dispensada.

12.7.4 No caso de empresa recém-constituída fica dispensada os índices solicitados na alínea c).

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

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

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

## **12.8 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:**

12.8.1 Comprovação de aptidão no desempenho de atividade pertinente e compatível em

características com o objeto da licitação – Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado.

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

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

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

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

13.2 A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela SECOM, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a SECOM, conforme disposto no art. 15 da mesma lei. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais. Dessa forma, com vistas a identificar o valor adequado para a presente contratação, faz-se necessário considerar tanto o histórico dos valores aplicados pela SECOM nas contratações vigentes e anteriores, como identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, as novas necessidades de comunicação, advindas das atribuições absorvidas, na medida em que foram preservadas as competências institucionais da SECOM, relativas à sua atuação publicitária. Por outro lado, também é necessário considerar as ações supervenientes que devem ser atendidas pela SECOM, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade

### **14 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

14.1 São obrigações da Contratante:

14.1.1 receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Edital e seus anexos;

14.1.2 verificar minuciosamente, no prazo fixado, a conformidade dos bens recebidos provisoriamente com as especificações constantes do Edital e da proposta, para fins de aceitação e recebimento definitivo;

14.1.3 comunicar à Contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas no objeto fornecido, para que seja substituído, reparado ou corrigido;

14.1.4 acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da Contratada, através de comissão/servidor especialmente designado; e

14.1.5 efetuar o pagamento à Contratada no valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo e forma estabelecidos no Edital e seus anexos;

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

## **15 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

reuniões.

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

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

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

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

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

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

b) Realizar os serviços para os quais foi contratada de acordo com o estabelecido no termo de referência e em observância às recomendações aceitas pela boa técnica e às normas e legislação.

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

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

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

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

g) Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus técnicos durante a execução dos serviços, ainda que nos recintos da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

h) Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados.

15.1.16 Os profissionais necessários para a prestação dos serviços deverão estar sob responsabilidade da CONTRATADA e em conformidade com a legislação trabalhista vigente.

15.1.17 Também constituem responsabilidade da CONTRATADA os pagamentos dos encargos sociais previstos na legislação vigente e de quaisquer outros, em decorrência da sua condição de empregadora, sem nenhuma solidariedade da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

15.1.18 Caberá ainda à CONTRATADA indicar um preposto responsável pelo contrato, que deverá

atuar como se segue.

- a) Atuar em todas as etapas e fases da campanha, avaliando o seu desenvolvimento e promovendo ações que assegurem o cumprimento dos resultados contratados.
- b) Prestar apoio técnico aos componentes de sua equipe.
- c) Responder pela gestão de seus técnicos, coordenando as tarefas executadas.
- d) Garantir a qualidade nas tarefas compatíveis com os padrões e normas utilizadas e definidos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA através dos indicadores de níveis de serviço.
- e) Repassar o conhecimento necessário para a execução das tarefas previamente negociadas aos técnicos por ela alocados, que venham a desempenhá-las.
- f) Garantir nos prazos acordados a entrega/transmissão dos serviços.
- g) Resolver conflitos, em conjunto com a equipe especializada da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.

16.1.19 A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

16.1.20 A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e implica a atuação da AGÊNCIA por conta e ordem do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

16.1.21 O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS deverá ser previamente identificado na contratação de veículos de divulgação.

16.1.22 Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

16.1.23 Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

16.1.24 As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo a AGÊNCIA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

16.1.25 A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

16.1.26 Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

16.1.27 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

16.1.28 Pertencem ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

16.1.29 A AGÊNCIA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

16.1.30 Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

16.1.31 Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, com exceção à compra de mídia:

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, por escrito, para decisão sobre a contratação.

16.1.32 Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

- a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
- c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

16.1.33 Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a AGÊNCIA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

16.1.34 O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

a) Se e quando julgar conveniente, o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

16.1.35 Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

16.1.36 Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.

16.1.37 Disponibilizar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

16.1.38 Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS

16.1.39 Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

16.1.40 Elaborar, sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

16.1.41 Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.

16.1.42 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

16.1.43 Sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

16.1.44 A AGÊNCIA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

16.1.45 Havendo condenação contra o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

16.1.46 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

16.1.47 A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos

serviços objeto desta licitação.

16.1.48 A empresa vencedora deverá ter 1 (um) profissional para o setor de atendimento exclusivo, em ALAGOINHAS – BAHIA.

## **17 DO REAJUSTE**

17.1. Os preços são fixos e irremovíveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas.

17.2. Dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da contratada, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, aplicando-se o índice IPCA-

17.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

17.4. No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Fica a CONTRATADA obrigada a apresentar memória de cálculo referente ao reajustamento de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

17.5. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

17.6. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

17.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

## **18 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

18.1. O licitante e o contratado que incorram em infrações sujeitam-se às sanções administrativas previstas no art. 156 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, sem prejuízo de eventuais implicações penais nos termos do que prevê o Capítulo II-B do Título XI do Código Penal.

## **19 DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

19.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral do Município.

19.2. As dotações orçamentárias utilizadas serão as relacionadas abaixo:

| U.O.           | Ação  | Elemento de Despesa | Fonte de Recurso |
|----------------|-------|---------------------|------------------|
| 032424 - SECOM | 2.012 | 3.3.90.39           | 500.000          |
| 032424 - SECOM | 2.012 | 3.3.90.39           | 753.000          |
| 030450 - SESAU | 2.022 | 3.3.90.39           | 500.1002         |

|                |       |           |          |
|----------------|-------|-----------|----------|
| 030450 - SESAU | 2.022 | 3.3.90.39 | 600.000  |
| 030450 - SESAU | 2.012 | 3.3.90.39 | 500.1002 |
| 030653 - SEDUC | 2.012 | 3.3.90.39 | 500.1001 |
| 031351 - SEDES | 2.226 | 3.3.90.39 | 660.000  |

**ANEXO III**

**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA,

**Ref.: Concorrência Eletrônica nº 004/2025**

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

| ITEM                 | DESCRIÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | UNID | QNT | VALOR GLOBAL |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----|--------------|
| 01                   | CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIACÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS, OU INSTITUIÇÃO OU INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL | UND  | 01  |              |
| <b>VALOR TOTAL :</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |      |     | <b>R\$</b>   |

| Item | Descrição                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Percentuais% |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1    | Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | % ( )        |
| 2    | Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinente à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. | % ( )        |
| 3    | Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | % ( )        |

- a) Após tomarmos conhecimento dos documentos e exigências editalícias, submetemos à apreciação da PMA, a nossa proposta comercial e certificamos que todos os documentos foram examinados, assumindo total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões porventura existentes;
- b) Declaramos que nos preços propostos estão incluídas todas as despesas diretas e indiretas tais

como: materiais; mão de obra; transportes; bem como todos os elementos que garantam a execução dos serviços dentro das exigências das normas, especificações e detalhes, incluídos, também, todos os encargos previdenciários e sociais, seguros, tributos, lucros, remunerações e quaisquer outras necessárias à total e perfeita execução dos serviços objeto desta Licitação;

c) Declaramos que aceitamos as condições deste Edital e, caso seja vencedora da licitação, executaremos os serviços de acordo com o termo de referência e condições estabelecidas e aceitos pelo Município, conforme descrito na minuta do termo de contrato;

d) O prazo de validade desta “PROPOSTA DE PREÇOS” é de 60 (sessenta) dias corridos a partir da data de sua apresentação;

e) Que não incide nas vedações previstas na Lei Federal nº 14.133/2021;

f) Indicamos abaixo os dados pessoais do representante legal com poderes para a assinatura de contrato, porventura a nossa empresa seja declarada a vencedora do certame.

Nome do Representante da Licitante:\_\_\_\_\_.

( ) Sócio ( ) Procurador Assinatura digital: ( ) Sim ( ) Não Nacionalidade:\_\_\_\_\_/

Estado Civil:\_\_\_\_\_. RG nº:\_\_\_\_\_/ CPF nº:\_\_\_\_\_. Telefone:\_\_\_\_\_/ Celular:\_\_\_\_\_.

Endereço eletrônico:\_\_\_\_\_. Endereço Residencial:\_\_\_\_\_, nº\_\_\_\_\_, CEP:\_\_\_\_\_. Cidade: \_\_/UF:

\_\_\_\_\_. Nome do Responsável Técnico: \_\_\_\_\_. Titulação:\_\_\_\_\_. Dados Bancários

da Contratada: (Preferencialmente Banco do Brasil). Banco:\_\_\_\_\_, Agência:\_\_\_\_\_,

Conta- corrente:\_\_\_\_\_. Chave do PIX:\_\_\_\_\_.

\* A indicação de Procurador, está condicionada a apresentação de uma Procuração legalmente constituída em cartório, para fins de assinatura do contrato.

Local e data.

**Nome e assinatura do representante legal**

Razão Social da Licitante

**(carimbo da empresa licitante)**

**ANEXO IV**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA**

**Ref.: Concorrência Eletrônica nº 004/2025**

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído de (identificação completa da licitante), para fins do disposto no edital de licitação: declara, sob as penas da lei, em especial o artigo 299 do código penal brasileiro, que:

- a) A proposta apresentada para participar foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da PMCA, antes da abertura oficial das propostas; e
- f) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data.

Representante Legal

**ANEXO V**

**MODELO DE DECLARAÇÃO UNIFICADA**

À

Prefeitura Municipal de Alagoinhas - Bahia

At.: AGENTE DE CONTRATAÇÃO

**Ref.: Concorrência Eletrônica nº 004/2025**

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, sediada \_\_\_\_\_, **DECLARA** que:

- a)** Cumpre o disposto no inc. XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, para fins de atendimento do inciso VI do art. 68, da Lei nº 14.133/21;
- b)** Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- c)** Não incorre nas condições impeditivas do art. 14 da Lei Federal nº 14.133/21;
- d)** Atende aos requisitos de habilitação, declarando que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (em atendimento ao inciso I do art. 63 da Lei nº 14.133/2021);
- e)** Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, conforme artigo 63, IV da lei 14.133/2021
- f)** No ano calendário de realização da licitação, ainda não foram celebrados contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte (somente para microempresas e às empresas de pequeno porte)
- g)** Suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, conforme art. 63, IV § 1º da lei 14.133/2021.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Representante Legal.

**ANEXO VI**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE**

**Ref.: Concorrência Eletrônico nº 004/2025**

À,

Prefeitura Municipal de Alagoinhas/BA

AO AGENTE DE CONTRATAÇÃO / EQUIPE DE APOIO

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a). \_\_\_\_\_, portador da carteira de identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, declara não ter recebido do município de \_\_\_\_\_/UF ou de qualquer outra entidade da administração direta ou indireta, em âmbito federal, estadual e municipal, suspensão temporária de participação em licitação e ou impedimento de contratar com a administração, assim como não ter recebido declaração de inidoneidade para licitar e ou contratar com a administração federal, estadual e municipal.

Local e data.

(ASSINATURA DO RESPONSÁVEL E CPF)

***AO REDIGIR A PRESENTE DECLARAÇÃO, O PROPONENTE DEVERÁ UTILIZAR FORMULÁRIO COM TIMBRE DA PROPONENTE.***

**ANEXO VII**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE COTA DE APRENDIZAGEM – Artigo 429 CLT**

**Ref.: Concorrência Eletrônico nº 004/2025**

Razão Social: \_\_\_\_\_ CNPJ: \_\_\_\_\_

DECLARAMOS, sob as penas da Lei, que cumprimos a cota de aprendizagem nos termos estabelecidos no artigo 429 da CLT.

( ) Empresa enquadrada na Lei Complementar 123/2006 e 147/2014, que estabelece tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, no que se refere ao cumprimento do artigo 429 e seguintes da CLT.

Local e data.

**Nome e assinatura do representante legal**

Razão Social da Licitante (carimbo da empresa licitante)

**ANEXO VIII**

**DECLARAÇÃO DE DADOS DO REPRESENTANTE LEGAL PARA ASSINATURA DO CONTRATO**  
**(FACULTADO)**

**Ref.: Concorrência Eletrônico nº 004/2025**

Dados da empresa

Nome:

CNPJ:

Endereço:

Telefone:

E-mail:

Dados do representante para assinatura do contrato

Nome:

Qualificação:

CPF:

RG:

Vínculo:

Endereço:

E-mail:

Telefone:

**Assinatura do Responsável pela Empresa**

(Nome Legível/Cargo/Carimbo do CNPJ)

**Local e data**

**ANEXO IX**

**MINUTA DO CONTRATO**

**CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº XXX/2025**

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO TÉCNICOS QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS E A EMPRESA\_\_\_\_\_.**

**O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS/BAHIA**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob o nº 13.646.005/0001-38 com sede à Praça Graciliano de Freitas, s/n, Alagoinhas - BA, neste ato representada pelo Sr. \_\_\_\_\_, **CONTRATANTE**, e a empresa \_\_\_\_\_, CNPJ nº \_\_\_\_\_, sediada na Rua/Avenida \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, Bairro \_\_\_\_\_ em \_\_\_\_\_ - UF, CEP \_\_\_\_\_, endereço eletrônico: \_\_\_\_\_ e telefone(s): \_\_\_\_\_ neste ato, representada por seu(a) \_\_\_\_\_, Sr.(a) \_\_\_\_\_, brasileiro(a), estado civil, portador(a) do CPF nº \_\_\_\_\_, residente na Rua/Avenida \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, Bairro \_\_\_\_\_ em \_\_\_\_\_ /UF, CEP \_\_\_\_\_, doravante denominada **CONTRATADA**, tem entre si, celebrado o presente contrato, decorrente de licitação na modalidade de **Concorrência Eletrônica nº 004/2025 – Processo Administrativo nº 1328/2025**, sob a regência da Lei Federal nº 14.133/2021, Lei Complementar nº 123/2006, nº 147/2014, Lei Federal nº 12.232/10, Código Penal, normas de Direito Civil e mediante as cláusulas e condições elencadas.

**CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO**

1.1. O objeto deste instrumento é a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PROJETOS DE DIVULGAÇÃO DE ATOS, PROGRAMAS, OBRAS, SERVIÇOS EVENTOS INTERNOS E EXTERNOS, DIVULGAÇÕES DE CARÁTER LEGAL, EDUCATIVO, INFORMATIVO OU DE ORIENTAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA, NOS TERMOS DA TABELA ABAIXO, CONFORME CONDIÇÕES E EXIGÊNCIAS ESTABELECIDAS NESTE INSTRUMENTO**, sendo estes os determinados na Lei Federal nº 12.232/2010 no artigo 2º, com fulcro na Lei Federal 14.133/2021, que tenha o objetivo de difundir ideias e informar o público em geral, incluindo a realização de serviços e produção dos materiais estabelecidos na tabela SINAPRO, com o intuito de atender o princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral, conforme termo de referência, projetos, planilhas, cronograma físico-financeiro e demais anexos que integram o instrumento editalício.

**CLÁUSULA SEGUNDA – VALOR DO CONTRATO**

2.1. Dá-se ao presente contrato o valor total de **R\$(por extenso)**, para todos os fins e efeitos legais.

2.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução contratual, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

### **CLÁUSULA TERCEIRA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3.13. As notas fiscais devem ser emitidas em nome do Município Contratante, devendo constar ainda número da licitação, lote/item e validado dos produtos, para fins de rastreabilidade.

#### **CLÁUSULA QUARTA – PRAZOS**

4.1. O prazo de vigência será de até **12 (doze) meses**, podendo ser prorrogado na forma do artigo 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

4.2. A eficácia deste instrumento está vinculada à publicação do extrato na imprensa oficial do município, sendo esta de responsabilidade do Contratante.

4.3. O prazo de entrega poderá ser prorrogado, desde que devidamente justificados os motivos e aceitos pela Administração, conforme Lei Federal nº 14.133/2021.

4.4. Para os fins previstos neste item a Contratada deverá protocolar o seu pedido devidamente justificado antes do vencimento do prazo inicialmente estabelecido.

4.5. A eficácia deste instrumento está vinculada à publicação do extrato na imprensa oficial do município, sendo esta de responsabilidade do Contratante.

#### **CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

##### **5.1. Constituem obrigações da Contratada:**

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

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

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

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

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

- e) manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- f) Comprometer-se em ter e manter, após contratada, equipe de atendimento na Bahia e equipe de criação e produção necessária para cumprimento do objeto da licitação, com estrutura suficiente para atender às necessidades administrativas e de atendimento com alocação dos perfis necessários, dimensionados de acordo com a demanda de comunicação aprovada pela Contratante.
- g) Realizar reuniões periódicas, na sede da CONTRATANTE, com o gestor do contrato e a equipe da Prefeitura Municipal de Alagoins/BA, visando ao aprimoramento e à eficiência dos serviços prestados, formalizando em ata o conteúdo das reuniões.
- h) O agendamento de reuniões por parte da CONTRATANTE pode ocorrer com até 4 horas de antecedência. A contratada deve ter estrutura para atender, presencialmente, a todas as solicitações de reuniões.
- i) O Contratado deve se responsabilizar pelas despesas dos tributos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas, fretes, seguros, deslocamento de pessoal, prestação de garantia e quaisquer outras que incidam ou venham a incidir na execução do contrato.
- j) A prestação dos serviços e o cumprimento dos prazos deverão ser registrados por e-mail ou documentos impressos com ciência de ambas as partes.
- k) Substituir, de imediato, sempre que exigido pela CONTRATANTE e independentemente de apresentação de motivos, qualquer profissional cuja atuação, permanência ou comportamento sejam prejudiciais, inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do serviço público.
- l) Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização por parte do gestor designado pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA para acompanhamento da execução do contrato, prestando-lhe os esclarecimentos solicitados e atendendo as reclamações formuladas.
- m) Sem prejuízo das disposições legais, compete à CONTRATADA o cumprimento das responsabilidades previstas no edital, além de ficar obrigada ao que se segue.
- n) Guardar sigilo absoluto sobre as informações que vier a ter conhecimento por força da contratação.
- o) Realizar os serviços para os quais foi contratada de acordo com o estabelecido no termo de referência e em observância às recomendações aceitas pela boa técnica e às normas e legislação.
- p) Manter os técnicos responsáveis pela prestação dos serviços devidamente identificados por crachás quando em trabalho nas instalações da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.
- q) Assumir inteira responsabilidade civil e administrativa por quaisquer danos e prejuízos, materiais e/ou pessoais, causados por seus empregados à Contratante ou a terceiros.
- r) Assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica em acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados em serviço, ou em conexão com eles, ainda que ocorrido nas dependências da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.
- s) Responsabilizar-se por eventuais ônus decorrentes do inadimplemento de quaisquer obrigações com terceiros.

- t) Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus técnicos durante a execução dos serviços, ainda que nos recintos da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.
- u) Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados.
- v) Os profissionais necessários para a prestação dos serviços deverão estar sob responsabilidade da CONTRATADA e em conformidade com a legislação trabalhista vigente.
- w) Também constituem responsabilidade da CONTRATADA os pagamentos dos encargos sociais previstos na legislação vigente e de quaisquer outros, em decorrência da sua condição de empregadora, sem nenhuma solidariedade da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.
- x) Caberá ainda à CONTRATADA indicar um preposto responsável pelo contrato, que deverá atuar como se segue.
- y) Atuar em todas as etapas e fases da campanha, avaliando o seu desenvolvimento e promovendo ações que assegurem o cumprimento dos resultados contratados.
- z) Prestar apoio técnico aos componentes de sua equipe.
- aa) Responder pela gestão de seus técnicos, coordenando as tarefas executadas.
- bb) Garantir a qualidade nas tarefas compatíveis com os padrões e normas utilizadas e definidos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA através dos indicadores de níveis de serviço.
- cc) Repassar o conhecimento necessário para a execução das tarefas previamente negociadas aos técnicos por ela alocados, que venham a desempenhá-las.
- dd) Garantir nos prazos acordados a entrega/transmissão dos serviços.
- ee) Resolver conflitos, em conjunto com a equipe especializada da PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAGOINHAS/BA.
- ff) A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).
- gg) A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e implica a atuação da AGÊNCIA por conta e ordem do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.
- hh) O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS deverá ser previamente identificado na contratação de veículos de divulgação.
- ii) Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.
- jj) Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

kk) As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo a AGÊNCIA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

ll) A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA, que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

mm) Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

nn) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

oo) Pertencem ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

pp) A AGÊNCIA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

qq) Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

rr) Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, com exceção à compra de mídia:

ss) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

tt) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

uu) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, por escrito, para decisão sobre a contratação.

vv) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

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

- xx) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
- yy) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.
- zz) Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a AGÊNCIA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS.
- aaa) O MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:
- bbb) Se e quando julgar conveniente, o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.
- ccc) Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.
- ddd) Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS
- eee) Disponibilizar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.
- fff) Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS
- ggg) Entregar ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.
- hhh) Elaborar, sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.
- iii) Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a AGÊNCIA, independentemente de solicitação.
- jjj) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

kkk) Sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

lll) A AGÊNCIA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

mmm) Havendo condenação contra o MUNICÍPIO DE ALAGOINHAS, a AGÊNCIA lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

nnn) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

ooo) A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

ppp) A empresa vencedora deverá ter 1 (um) profissional para o setor de atendimento exclusivo, em ALAGOINHAS – BAHIA.

## **5.2. Constituem obrigações do Contratante:**

a) Emitir a Ordem de Serviço, fornecer informações e a documentação técnicas indispensáveis à perfeita realização dos serviços ora licitado;

b) Fornecer dados e informações necessárias para a execução dos serviços, bem como esclarecer dúvidas relativas aos mesmos;

c) Acompanhar, fiscalizar e avaliar a prestação de serviços executados pela Contratada e notificar sobre qualquer irregularidade encontrada na plena e fiel execução do objeto contratado, fixando-lhe, quando não pactuado no contrato, prazo para corrigi-la;

d) Notificar sobre qualquer irregularidade encontrada na plena e fiel execução do objeto contratado, fixando-lhe, quando não pactuado no contrato, prazo para corrigi-la;

e) Manter, durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação exigidas na licitação;

f) Cumprir e fazer cumprir as normas regulamentares de Segurança, Medicina e Higiene do Trabalho;

g) Guardar sigilo absoluto sobre todas as informações recebidas da PMLN e, bem assim, daquelas por si levantadas e de outras das quais venha a conhecer durante execução dos serviços, as quais não poderão ser por ela utilizadas, sob qualquer pretexto, para finalidades outras que não a do cumprimento do objeto;

h) Cuidar para que os elementos utilizados na execução dos serviços contratualmente previstos tenham tratamento reservado, por si ou por quaisquer de seus profissionais envolvidos no contrato, inclusive obrigando-se a não reproduzi-los ou cedê-los, sem a prévia e expressa autorização por escrito;

- j) Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis;
- j) Permitir livre acesso dos empregados da Contratada às instalações onde serão executados os serviços, independentemente de permissão prévia, desde que estejam devidamente credenciados, portando crachá de identificação e exclusivamente para execução dos serviços;
- k) Acompanhar direta ou indiretamente, a qualidade dos serviços executados, verificando o atendimento às especificações e demais normas técnicas;
- l) Proporcionar todas as facilidades para que a Contratada possa desempenhar seus serviços, dentro das normas deste contrato;
- m) Efetuar os pagamentos devidos, nas condições e forma estabelecidas no contrato;
- n) Aplicar sanções motivadas pela inexecução total ou parcial do ajuste.

#### **CLÁUSULA SEXTA - DO REAJUSTE**

19.1 Os preços são fixos e irredutíveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas.

19.2 Dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da contratada, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, aplicando-se o índice IPCA-E e exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

19.3 Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

19.4 No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Fica a CONTRATADA obrigada a apresentar memória de cálculo referente ao reajustamento de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

19.5 Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

19.6 Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

19.7 Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

19.8 O reajuste será realizado por apostilamento.

#### **CLÁUSULA SETIMA – RECURSO ORÇAMENTÁRIO**

7.1 As despesas decorrentes do presente contrato correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

Nota de Empenho:

Órgão:

Elemento de despesa:

Projeto Atividade:

### **CLÁUSULA OITAVA – EQUIPE TÉCNICA**

8.1 Os trabalhos deverão ser realizados pelos membros da equipe técnica apresentada pela Contratada, admitindo-se a substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que prévia e expressamente aprovada pelo Contratante.

### **CLÁUSULA NONA – FISCALIZAÇÃO E GESTÃO**

9.1 A execução do contrato será objeto de acompanhamento, fiscalização e avaliação constante por parte do Contratante, por meio de representantes com atribuição específica para tal, os quais terão livre acesso e autoridade para exercer toda e qualquer ação de orientação geral aos responsáveis técnicos da Contratada, procedendo qualquer determinação que seja necessária à perfeita execução dos serviços, inclusive podendo determinar a paralisação dos mesmos quando não estiver havendo atendimento às cláusulas contratuais.

9.2 Ficam designados para desempenhar as funções de gestor e fiscal do contrato os servidores listados abaixo:

9.2.1 A gestão do contrato ficará sob a responsabilidade do servidor indicado pelo chefe do executivo, nomeado através de portaria.

### **CLÁUSULA DÉCIMA – PUBLICAÇÃO**

10.1 A eficácia do presente instrumento está vinculada à publicação do extrato na imprensa oficial do município de Alagoinhas/BA e PNCP, sendo esta de responsabilidade do Contratante.

10.2 Incumbirá ao Contratante providenciar a publicação deste instrumento, por extrato, no Diário Oficial, de acordo com o previsto na Lei Federal nº 14.133/2021.

### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – TERMO ADITIVO**

11.1 A Contratada fica obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais os acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias no limite de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

11.2 É imprescindível o envio de pedido de aditivo com justificativa e cronograma físico- financeiro atualizado, para os casos de aditamento de prazos, e na hipótese de acréscimos de valores deverá ser apresentada ainda, a nova planilha orçamentária de custo global.

11.3 O presente termo de contrato poderá ser extinto:

a) Por ato unilateral e escrito da Administração, nas situações previstas no inciso I do artigo 138 da Lei Federal nº 14.133/2021, e com as consequências indicadas no artigo 139 da mesma Lei, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas no Termo de Referência, anexo ao Edital;

b) Amigavelmente, nos termos do artigo 138, inciso II, da Lei Federal nº 14.133/2021;

c) A extinção contratual deverá ser formalmente motivada nos autos de processo administrativo assegurado à Contratada o direito à prévia e ampla defesa, verificada a ocorrência de um dos motivos previstos no artigo 137 da Lei Federal nº 14.133/2021.

11.4 A Contratada reconhece os direitos do Contratante em caso de rescisão administrativa prevista no artigo 115 da Lei Federal nº 14.133/2021.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA ALTERAÇÃO, REAJUSTE, REPACTUAÇÃO E REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO**

12.1 Qualquer alteração, reajuste, repactuação e/ou reequilíbrio econômico-financeiro deverá ser procedido em conformidade com as disposições estabelecidas na Lei Federal nº 14.133/2021 e Lei Federal nº 12.232/10, dispõe sobre a concessão de reajuste, repactuação e revisão dos preços dos contratos administrativos no âmbito do Poder Executivo do Município de Alagoinhas/BA e suas alterações posteriores.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1 Pelo descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas partes, salvo casos fortuitos ou de força maior, a parte infratora responderá pelas sanções previstas nos artigos 155 e 156 da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo da responsabilidade civil ou penal cabíveis.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – VEDAÇÕES**

14.1 É vedado à Contratada:

- a) Caucionar ou utilizar este termo de contrato para qualquer operação financeira;
- b) Interromper a execução contratual sob alegação de inadimplemento por parte do Contratante, salvo nos casos previstos em lei.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS CASOS OMISSOS**

15.1 Os casos omissos serão decididos pelo Contratante, segundo as disposições contidas na Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas de licitações e contratos administrativos e, subsidiariamente, segundo as normas e princípios gerais dos contratos.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – RESCISÃO CONTRATUAL**

16.1 O presente contrato poderá ser rescindido na forma do disposto na Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo às sanções aplicáveis e sem que caiba à Contratada direito de qualquer indenização.

16.2 Formalizada a rescisão que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta entregará a documentação correspondente aos serviços executados, que, se aceitos pela fiscalização, serão pagos pela Prefeitura Municipal, deduzidos os débitos existentes.

16.3 O termo de rescisão será precedido de relatório indicativo dos seguintes aspectos, conforme o caso:

- a) Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;
- b) Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;
- c) Indenizações e multas.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SETIMA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

17.1 O presente contrato vincula-se as próprias cláusulas avençadas e deverá ser executado fielmente pelas partes, respondendo cada uma pelas consequências de sua inexecução total ou parcial, bem como ao instrumento editalício e seus anexos.

17.2 Fica eleito o Foro da Comarca de Alagoinhas/BA para dirimir quaisquer dúvidas quanto à execução deste contrato.

17.3 E, por estarem justas e acordes, as partes firmam o presente contrato em 2 (duas) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo.

Alagoinhas, XXX de XX de 2025.

**CONTRATANTE**

**CONTRATADA**

**TESTEMUNHA 1:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_

**TESTEMUNHA 2:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_