

**MINUTA DO EDITAL**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>I. REGÊNCIA LEGAL</b><br><b>LEI FEDERAL 14.133/2021 E SUAS ALTERAÇÕES E LEI nº 12.232/2010</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                       |
| <b>II. ÓRGÃOS INTERESSADOS</b><br><b>SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO ADMINISTRATIVA – SEGAD</b><br><b>GABINETE DO PREFEITO - GAPREF</b><br><b>SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO – SME</b><br><b>SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE – SMS</b><br><b>SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL E HABITAÇÃO – SDSH</b><br><b>SECRETARIA MUNICIPAL DE SERV. PUBLICOS E ORDEM PUBLICA -</b><br><b>SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA- SEFAZ</b><br><b>SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO – SEINFRA</b><br><b>SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E GOVERNO</b><br><b>SECRETARIA DE POLITICA PARA AS MULHERES</b><br><b>SECRETARIA DE AGRICULTURA, PESCA, MEIO AMBIENTE E RECURSOS HIDRICOS</b><br><b>SECRETARIA DE CULTURA, TURISMO, ESPORTE E LAZER</b>                                       |                                                                       |
| <b>III. MODALIDADE</b><br><b>CONCORRÊNCIA Nº. 0002/2025</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>IV. PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº</b><br><b>0118/2025</b>             |
| <b>V. TIPO DE LICITAÇÃO</b><br><b>TECNICA E PREÇO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>VI. REGIME DE EXECUÇÃO</b><br><b>EMPREITADA POR PREÇO UNITARIO</b> |
| <b>VII. OBJETO</b><br><b>CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO AS ATIVIDADES DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS. INCLUI TAMBÉM A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE NOS DIVERSOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER, INSTITUCIONALMENTE, OS ATOS, PROGRAMAS, OBRAS, SERVIÇOS E CAMPANHAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO - BA, OBSERVANDO O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E O DIREITO À INFORMAÇÃO.</b>                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                       |
| <b>VIII. LOCAL E DATA DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS, DOCUMENTOS RELATIVOS À HABILITAÇÃO E INÍCIO DA ABERTURA DOS ENVELOPES.</b><br><br><b>DATA: 26/06/2025</b><br><b>HORA: 09h00min</b><br><b>LOCAL: SITE DO BOLSA DE LICITAÇÕES E LEILÕES <a href="https://blcompras.com/Home/Login">https://blcompras.com/Home/Login</a></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                       |
| <b>IX DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:</b><br><b>GABINETE</b><br>ORGÃO: 02 - GABINETE DO PREFEITO - GABPRE<br>UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 0201 – GABINETE DO PREFEITO<br>AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO<br>ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA<br>SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL<br>FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS<br>FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVENIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS<br><br><b>ADMINISTRAÇÃO</b><br>ORGÃO: 12 SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO ADMINISTRATIVA - SEGAD<br>UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 1201 SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO ADMINISTRATIVA - SEGAD<br>AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO<br>ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA |                                                                       |

SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS  
FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVINIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS

#### **MULHER**

ORGÃO: 16 SECRETARIA MUNICIPAL DE POLÍTICAS PARA MULHERES - SPM  
UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 1601 SECRETARIA MUNICIPAL DE POLÍTICAS PARA MULHERES - SPM  
AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO  
ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA  
SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS  
FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVINIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS

#### **SERVIÇOS PUBLICOS**

ORGÃO: 14 SECRETARIA MUNICIPAL DE SERVIÇOS PÚBLICOS E DA ORDEM PÚBLICA - SMSOP  
UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 1401 SECRETARIA MUNICIPAL DE SERVIÇOS PÚBLICOS E DA ORDEM PÚBLICA - SMSOP  
AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO  
ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA  
SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS  
FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVINIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS

#### **SERVIÇOS PUBLICOS**

ORGÃO: 14 SECRETARIA MUNICIPAL DE SERVIÇOS PÚBLICOS E DA ORDEM PÚBLICA - SMSOP  
UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 1401 SECRETARIA MUNICIPAL DE SERVIÇOS PÚBLICOS E DA ORDEM PÚBLICA - SMSOP  
AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO  
ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA  
SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS  
FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVINIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS

#### **INFRAESTRUTURA**

ORGÃO: 11 SECRETARIA MUNICIPAL DE INFRAESTRUTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO - SEINFRA  
UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 1101 SECRETARIA MUNICIPAL DE INFRAESTRUTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO - SEINFRA  
AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO  
ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA  
SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS  
FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVINIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS

#### **CULTURA**

ORGÃO: 15 SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, TURISMO, ESPORTE E LAZER - SCTEL  
UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 1501 SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, TURISMO, ESPORTE E LAZER  
AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO  
ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA  
SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS  
FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVINIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS

#### **AGRICULTURA**

ORGÃO: 05 SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA, PESCA, MEIO AMBIENTE E RECURSOS HÍDRICOS - SAPMRH  
UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 0501 SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA, PESCA, MEIO AMBIENTE E RECURSOS HÍDRICOS  
AÇÃO: 2003 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO ADMINISTRATIVO  
ELEMENTO: 339039 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO – PESSO JURÍDICA  
SUBELEMENTO: 33903992 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
FONTE: 150000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS  
FONTE: 1753000 – RECURSOS PROVINIENTES DE TAXAS E CONTRIBUIÇÕES DE PREÇOS PÚBLICOS

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>X VIGÊNCIA</p> <p><b>12 (doze) MESES</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>XI PATRIMÔNIO Líquido ou Capital Social MÍNIMO NECESSÁRIO</p> <p>10 % (DEZ POR CENTO) DO VALOR ESTIMADO/PROPOSTA</p> |
| <p>XII. LOCAIS PARA ESCLARECIMENTOS E INFORMAÇÕES SOBRE ESTE EDITAL</p> <p>E-mail: <a href="mailto:Santoamarolicitacao@gmail.com">Santoamarolicitacao@gmail.com</a></p> <p>Diário Oficial do Município: <a href="https://santoamaro.ba.gov.br/">https://santoamaro.ba.gov.br/</a></p> <p>Transparência do Município: <a href="https://pmsantoamaro.transparenciaoficialba.com.br/pagina?ref=lc">https://pmsantoamaro.transparenciaoficialba.com.br/pagina?ref=lc</a></p> |                                                                                                                         |

**MINUTA DO EDITAL DE LICITAÇÃO**  
**CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA nº 0002/2025**  
**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº \_\_\_\_/2025**

O **MUNICÍPIO DE SANTO AMARO**, através da Comissão Permanente de Licitação – COPEL, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar, na modalidade **CONCORRÊNCIA Nº 0002/2025**, com o critério de julgamento **TÉCNICA E PREÇO**, para ter seu objeto executado sob o regime de **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, no que concerne a normas gerais e pela Lei nº 14.133/2021 e Lei Complementar 123/2006, de acordo com as condições estabelecidas neste edital de Concorrência, tendo por objeto a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO AS ATIVIDADES DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS. INCLUI TAMBÉM A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE NOS DIVERSOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER, INSTITUCIONALMENTE, OS ATOS, PROGRAMAS, OBRAS, SERVIÇOS E CAMPANHAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO - BA**, observando o princípio da publicidade e o direito à informação.

As ações publicitárias deverão contemplar iniciativas de caráter educativo, informativo, cultural, esportivo, promocional e de orientação social, com veiculação em mídia impressa, eletrônica, digital, exterior, e demais suportes necessários ao alcance dos públicos de interesse.

**INÍCIO DA SESSÃO PÚBLICA DA LICITAÇÃO:**

Data de Abertura: 26/06/2025

Horário: 09:00 (horário de Brasília)

Esta licitação ocorrerá de forma eletrônica, com Sessão Pública de disputa realizada através do portal: <https://www.bll.org.br>

**1. DO OBJETO**

1.1. Constitui o objeto desta licitação a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO AS ATIVIDADES DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS. INCLUI TAMBÉM A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE NOS DIVERSOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER, INSTITUCIONALMENTE, OS ATOS, PROGRAMAS, OBRAS, SERVIÇOS E CAMPANHAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO - BA, OBSERVANDO O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E O DIREITO À INFORMAÇÃO.**

1.2. As ações publicitárias deverão contemplar iniciativas de caráter educativo, informativo, cultural, esportivo, promocional e de orientação social, com veiculação em mídia impressa, eletrônica, digital, exterior, e demais suportes necessários ao alcance dos públicos de interesse.

1.3. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (para o público externo e interno) em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das ações publicitárias;

1.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária,

1.5. Os serviços previstos no item 1.2. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.6. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.7. Para a prestação dos serviços a Agência não poderá subcontratar outra agência de publicidade para a execução dos serviços previstos no item 1.2.

1.8. O fornecimento de bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares deste objeto, se dará em conformidade com o disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/10.

1.9. A agência atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2. deste objeto, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.10. Para fins deste objeto, as ações de publicidade abrangem a publicidade institucional, a publicidade mercadológica e a publicidade de utilidade pública, excluídas as ações de promoção e de patrocínio.

1.11. Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse da PREFEITURA MUNIOPAL DE SANTO AMARO.

## **2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO**

2.1. Poderão participar desta licitação qualquer pessoa jurídica legalmente estabelecida no País, que atenda às exigências deste Edital e seus Anexos, que esteja devidamente credenciada, munida de chave de identificação e de senha, cujo objeto social seja compatível com o objeto do certame e que satisfaçam as condições deste Edital, sendo vedada a participação de:

- a) Que não atendam às condições deste Edital e seus anexos;
- b) Que se enquadrem nas vedações previstas no Art. 14 da Lei nº 14.133/21;
- c) Que estejam sob falência, concurso de credores, concordata ou insolvência, em processo de dissolução ou liquidação;
- d) Proibidos de participar de licitações e celebrar contratos administrativos, na forma da legislação vigente;
- e) Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), atuando nessa condição (Acórdão nº 746/2014-TCU-Plenário);
- f) Nos termos do Art. 5º do Decreto nº 9.507, de 2018, é vedada a contratação de pessoa jurídica na qual haja administrador ou sócio com poder de direção, familiar.
- g) Detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou contratação; ou
- h) De autoridade hierarquicamente superior no âmbito do órgão contratante.
- i) Não será permitida a participação de pessoa física nesta licitação, exceto na condição de observador;
- j) Não será permitida a participação de empresas reunidas em consórcio.
- k) Não será exigida garantia de manutenção da proposta, nos termos do Art. 58 da Lei nº 14.133/21.

## **3. VALOR ESTIMADO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

3.1. O orçamento estimado da presente contratação, estão estimadas em R\$ 2.600.000,00 (dois milhões e seiscentos mil reais por ano de exercício)

3.2. Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

### **DIVISÃO DE VALORES POR SECRETARIA**

|                   |      |                  |
|-------------------|------|------------------|
| GABINETE          | 20%  | R\$ 520.000,00   |
| ADM               | 15%  | R\$ 390.000,00   |
| MULHERES          | 5%   | R\$ 130.000,00   |
| SERVIÇOS PÚBLICOS | 5%   | R\$ 130.000,00   |
| INFRA             | 5%   | R\$ 130.000,00   |
| CULTURA           | 5%   | R\$ 130.000,00   |
| AGRICULTURA       | 5%   | R\$ 130.000,00   |
| EDUCAÇÃO          | 25%  | R\$ 650.000,00   |
| SAÚDE             | 10%  | R\$ 260.000,00   |
| ASSISTÊNCIA       | 5%   | R\$ 130.000,00   |
| TOTAL:            | 100% | R\$ 2.600.000,00 |

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

3.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

#### **4. VIGÊNCIA E REAJUSTES**

4.1. O prazo de vigência do contrato, a contar da data da sua assinatura, será de 12 (doze) meses, admitindo-se a sua prorrogação.

4.2. A prorrogação do prazo de vigência, nos termos da Lei 14.133/2021, deverá ser realizada através de termo aditivo.

4.3. A variação do valor contratual para fazer face ao reajuste de preços previsto no próprio contrato, as atualizações, compensações ou apenações financeiras decorrentes das condições de pagamento nele previstas, bem como o empenho de dotações orçamentárias suplementares até o limite do seu valor corrigido, não caracterizam alteração do mesmo, podendo ser registrados por simples, apostila, dispensando a celebração de aditamento.

3.1.2 A prorrogação será instruída por avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE.

#### **5. REMUNERAÇÃO**

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

5.1.1. 40 % (quarenta por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja

distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

5.1.2. Honorários de 3 % (três por cento), incidentes sobre os preços 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 pertinentes à execução do contrato.

5.1.3. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

5.1.4. honorários de 3 % (três por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

5.1.5. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

5.1.6. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

5.1.7. O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGPDI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

5.1.8. O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGPO1), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

5.1.9. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

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

5.1.11. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

## **6. DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA**

6.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência - à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois - concedido pelos veículos de comunicação.

6.2. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

6.3. Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, e repassará ao CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo.

## **7. DAS IMPUGNAÇÕES E DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS**

7.1. A impugnação ao Edital poderá ser feita, por qualquer interessado, até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para abertura das propostas, conforme dispõe o Art. 164 da Lei 14.133/21, mediante documento formalizado e apresentado EXCLUSIVAMENTE POR MEIO DO SISTEMA PROVEDOR, no endereço eletrônico indicado neste Edital: <https://www.bll.org.br>.

7.1.1. Não serão conhecidas as impugnações apresentadas fora do prazo legal, subscritas por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pelo licitante, e/ou não motivadas.

7.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial, no endereço <https://www.bll.org.br>, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame e vinculará os participantes e a administração.

7.3. As impugnações não possuem efeito suspensivo, contudo, pode o Agente de Contratação atribuir-lhes tal efeito, em caráter excepcional, mediante justificativa nos autos.

7.4. Acolhida a impugnação contra o instrumento convocatório será definida e publicada nova data para a realização do certame.

7.5. O pedido de esclarecimento referente a esta licitação será encaminhado ao Agente de Contratação da Comissão de Contratação em até 03 (três) dias úteis anteriores à data fixada para abertura da sessão pública, quando os interessados poderão formular consultas em campo próprio do sistema provedor.

## **8. DO CREDENCIAMENTO**

8.1. O credenciamento dar-se-á pela atribuição de chave de identificação e de senha, pessoal e intransferível, para acesso ao portal: <https://www.bll.org.br>.

8.2. Para ter acesso ao sistema eletrônico, os interessados deverão dispor de chave de identificação e senha pessoal, obtidas junto ao Portal: <https://www.bll.org.br>, também deverão informar-se a respeito do seu funcionamento e regulamento e receber instruções detalhadas para sua correta utilização.

8.3. O credenciamento junto ao provedor do sistema implica a responsabilidade legal do Licitante e a presunção de sua capacidade técnica para realização das transações inerentes ao certame na forma eletrônica.

## **9. DA PARTICIPAÇÃO EM FORMA DE CONSÓRCIO**

9.1. Não será permitida a participação de empresas reunidas em Consórcio.

## **10. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

10.1. As licitantes encaminharão, exclusivamente por meio do sistema eletrônico, concomitantemente com os documentos de habilitação exigidos no edital, proposta técnica com a descrição do objeto ofertado e 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

10.2. O envio da proposta técnica e de preço, acompanhada dos documentos de habilitação exigidos no Edital, ocorrerá por meio de chave de acesso e senha.

10.3. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte deverão encaminhar a documentação de habilitação, ainda que haja alguma restrição de regularidade fiscal e trabalhista, nos termos do artigo 43, § 1º da LC nº 123/2006.

10.4. Incumbirá à 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.

10.5. Até a abertura da sessão pública, as licitantes poderão retirar ou substituir a proposta e os documentos de habilitação anteriormente inseridos no sistema.

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

10.7. Os documentos que compõem a proposta e a habilitação da licitante melhor classificada somente serão disponibilizados para avaliação do Agente de Contratação e para acesso público após o encerramento da fase de análise das propostas técnicas e de

preço.

10.8. A licitante enviará sua proposta técnica mediante o preenchimento, no sistema eletrônico, dos seguintes campos:

10.8.1. Especificação do objeto e documentos técnicos anexos, conforme descrição detalhada no Projeto Básico;

10.8.2. Plano de Comunicação Publicitária, **uma via sem identificação**, da apresentação de informações referentes ao proponente, organizada sob a forma definida no **Anexo I – Briefing**, contendo:

- a) **Proposta Técnica: plano de comunicação publicitária não identificado:** A Proposta Técnica consiste na apresentação das informações acerca da licitante, pertinentes aos quesitos elencados abaixo, destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes (repertório);
- b) **A Capacidade de Atendimento**, sob a forma de textos, a licitante apresentará: quantificação e qualificação dos profissionais, por meio de currículos, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento);
- c) **Sistemática de atendimento**, discriminando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluído os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração do Plano de Mídia;
- d) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- e) Estrutura e organização da agência;
- f) O repertório, apresentação de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas:

10.9. A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação:

- a) Rádio, Redes Sociais;
- b) Outdoor;

10.10. A não apresentação de qualquer peça exigida para a proposta técnica, incidirá em pontuação 0 (zero) no referido item não apresentado, inclusive se não comprovada a autoria.

10.11. A Proposta Técnica consiste na apresentação do Plano de Comunicação

Publicitária, composto dos seguintes quesitos:

- 10.11.1. Raciocínio Básico;
- 10.11.2. Estratégia de Comunicação Publicitária;
- 10.11.3. Ideia criativa;
- 10.11.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

**Raciocínio Básico:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) páginas, 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 disponível indicada neste edital, 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.

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

10.13. 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 com 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.).
- d) Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência;
- e) Prazo de validade da proposta não inferior a 60 (sessenta) dias contados da data de abertura da proposta;
- f) 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;
- g) Será desclassificada a proposta que exija faturamento mínimo;
- h) Não serão aceitas propostas que apresentem vantagens não previstas neste Edital, ou ainda aquela que ofereçam preços ou vantagens baseadas em ofertas de outros licitantes;
- i) 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 fiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.
- j) Todas as especificações do objeto contidas na proposta vinculam a Contratada.

10.14. 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.

10.15. 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.

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

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

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

11.2. 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 <https://www.bll.org.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.

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

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

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

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

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

11.8. Para julgamento e classificação das propostas serão analisados conjuntamente os critérios de **TÉCNICA E DE PREÇO**, observadas as pontuações nas proporções estabelecidas neste item.

11.9. 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.

11.10. As propostas técnicas serão avaliadas conforme os critérios do item 11 deste Edital. EDITAL.

11.11. No julgamento das propostas técnicas, será atribuída a licitante uma Nota Técnica (NT), com a seguinte formulação:

$$NT = 100 \times PTL/MPT, \text{ em que:}$$

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

10.11. A nota de preço (NP) será dada da seguinte forma:

$$\text{NP} = 100 \times \text{PPL/MPP, em que:}$$

NP = Nota de preço da licitante;

PPL = Pontuação de preço da licitante;

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

10.11.1. A Comissão Técnica fará o cálculo da Nota Total Ponderada do licitante (NTP), observando-se a seguinte fórmula:

$$\text{NTP} = 0,7 \text{ NT} + 0,3 \text{ NP, em que:}$$

NTP = Nota Total Ponderada da licitante;

NT = Nota Técnica da licitante;

NP = Nota de Preço da licitante

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

11.1. A Comissão 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.

11.2. 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:

### **11.2.1. Quesito 01 – Plano de Comunicação Publicitária**

#### **11.2.2. Subquesito 01 – Raciocínio Básico**

- a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do município e do contexto de sua atuação;
- b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitárias identificadas;
- c) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

#### **11.2.3. Subquesito 02 – Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do município, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

- c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do município com seus públicos;
- d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o município, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

#### **11.2.4. Subquesto 03 – Ideia Criativa**

- a) O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) A pertinência da solução criativa com a natureza do município, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) A compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) A originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) A exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

#### **11.2.5. Subquesto 04 – Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, datática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
- c) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do município e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) O grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

### **11.2.6. Quesito 02 – 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.

### **11.2.7. Quesito 03 – Repertório**

- a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;
- d) A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, jornal, outdoor e redes sociais.

**11.3. 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.**

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

| <b>PROPOSTA TÉCNICA</b>                    |                         |
|--------------------------------------------|-------------------------|
| <b>QUESITOS E SUBQUESITOS</b>              | <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b> |
| 1. Plano de Comunicação Publicitária       | 65                      |
| I. Raciocínio Básico                       | 15                      |
| II. Estratégia de Comunicação Publicitária | 15                      |
| III. Ideia Criativa                        | 20                      |
| IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia        | 15                      |
| 2. Capacidade de Atendimento               | 20                      |
| I. Profissionais                           | 10                      |
| II. Sistemática de Atendimento             | 10                      |
| 3. Repertório                              | 15                      |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                     | <b>100</b>              |

| <b>QUESITO 01</b>                        | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|------------------------------------------|------------------|
| <b>SUBQUESITO 01 – RACIOCÍNIO BÁSICO</b> |                  |

|                                                                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Santo Amaro – BA, nos contextos social, político e econômico.       | 02        |
| Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Santo Amaro – BA, com seus públicos.                             | 03        |
| Das características da Prefeitura de Santo Amaro - BA e das suas atividades que sejam significativa para a comunicação publicitária | 05        |
| O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing                                                      | 05        |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                                                                                                              | <b>15</b> |

| <b>QUESITO 01</b><br><b>SUBQUESITO 02 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>                                                                                                                | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível.           | 05               |
| A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Santo Amaro – BA, com seus diversos públicos. | 05               |
| A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação.                                                                                                   | 5                |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                                                                                                                                                                            | <b>15</b>        |

| <b>QUESITO 01</b><br><b>SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA</b>                                       | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação.  | 05               |
| Sua pertinência às atividades da Prefeitura de Santo Amaro – BA, e à sua inserção na sociedade. | 05               |
| A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.                                      | 05               |
| A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.                                   | 05               |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                                                                          | <b>20</b>        |

| <b>QUESITO 01</b><br><b>SUBQUESITO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>                                                         | <b>PONTUAÇÃO</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.                                    | 05               |
| O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos. | 05               |

|                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças | 05 |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                                                                                                   | 15 |

| <b>QUESITO 02</b><br><b>SUBQUESITO 01 – PROFISSIONAIS</b>                                                                  | <b>PONTUAÇÃO<br/>MÁXIMA</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura Municipal de | 10                          |

|                        |    |
|------------------------|----|
| Santo Amaro – Bahia.   |    |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b> | 10 |

| <b>QUESITO 02</b><br><b>SUBQUESITO 2 – SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO</b>                                                               | <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura de Santo Amaro – BA | 6                       |
| As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida                   | 4                       |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                                                                                                              | 10                      |

| <b>QUESITO 03</b><br><b>SUBQUESITO 1 – REPERTÓRIO</b>                                                                                                                                  | <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| As peças criadas e suas respectivas fichas técnicas para solução do problema apresentado no briefing, com suas devidas características e forma de veiculação, exposição e distribuição | 10                      |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                                                                                                                                                                 | 10                      |

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

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

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

11.7. 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.

11.8. 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.

11.9. 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.

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

12.1. As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

12.2. Serão levados em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito:

12.2.1. Plano de Comunicação;

12.2.2. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) Das características da **CONTRATANTE** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da **CONTRATANTE** com seus públicos;

c) Do papel da **CONTRATANTE** no atual contexto social, político e econômico;

d) Do problema específico de comunicação da **CONTRATANTE**.

12.2.2.1. Estratégia de Comunicação Publicitária:

a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da **CONTRATANTE** e a seu problema específico de comunicação;

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

c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da **CONTRATANTE** com seus públicos;

d) A adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da **CONTRATANTE**;

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

f) A capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na

escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

g) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a **CONTRATANTE** e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da **CONTRATANTE** e a verba disponível.

12.2.2.2. Ideia criativa;

a) Sua adequação ao problema específico de comunicação da **CONTRATANTE**;

b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

12.2.2.3. A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

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

b) Sua pertinência às atividades da **CONTRATANTE** e à sua inserção na sociedade;

c) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;

d) A exequibilidade das peças;

e) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

12.2.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

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

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

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

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

12.2.3. Capacidade de Atendimento

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

#### 12.2.4. Repertório

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

#### 12.2.5. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

- a) Plano de Comunicação – 65 (sessenta e cinco)**
  - a.1) Raciocínio Básico – 15 (quinze)**
  - a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 (vinte)**
  - a.3) Ideia criativa – 20 (vinte)**

**a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez)**

**b) Capacidade de Atendimento – 15 (quinze)**

**b.1) Experiência em publicidade – 10 (dez)**

**b.2) Recursos humanos e de infra-estrutura – 5 (cinco)**

**c) Repertório – 10 (dez)**

**c.1) Ideia criativa e sua pertinência – 5 (cinco)**

**c.2) Clareza da campanha – 2 (dois)**

**c.3) Qualidade da execução e do acabamento – 3 (três)**

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (dez)**

**d.1) Concatenação lógica da exposição – 2 (dois)**

**d.2) Evidência do planejamento publicitário – 3 (três)**

**d.3) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 (três)**

**d.4) Relevância dos resultados apresentados – 2 (dois)**

12.2.8. A nota do quesito corresponderá a média aritmética das notas de cada membro da Comissão Técnica e serão mensurados conforme a seguinte Escala de Pontuação:

| Níveis de Proficiência |                     | Evidências quanto ao conteúdo apresentado                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA                     | NÃO ATENDE          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não atende ou atende minimamente aos critérios;</li> <li>• Apresenta qualidade abaixo do esperado;</li> <li>• O conceito não está claro, não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável à PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO;</li> <li>• Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes.</li> </ul> |
| AP                     | Atende Parcialmente | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atende parcialmente aos critérios do edital;</li> <li>• Atende com padrão de qualidade regular;</li> <li>• Limita-se a repetir informações do briefing.</li> </ul>                                                                                                                                              |

|    |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AR | Atende com Ressalvas  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atende aos critérios formais do edital com ressalvas;</li> <li>• Apresenta análise pouco além do briefing;</li> <li>• O conceito apresentado expande as qualidades positivas da PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO;</li> <li>• A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação;</li> <li>• Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| EX | Atende com Excelência | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atende plenamente aos critérios estabelecidos pelo edital;</li> <li>• Atende ao objetivo do briefing, superando o padrão estabelecido;</li> <li>• Apresenta análise além das informações disponibilizadas pelo edital e seus anexos;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|    |                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresenta proposta clara para enfrentar o problema de comunicação de forma simples e direta;</li> <li>• Estabelece inovação efetiva para atendimento ao problema de comunicação;</li> <li>• A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas;</li> <li>• Apresenta dados relevantes inerentes à PREFEITURA DE SANTO AMARO e/ou aos pequenos negócios;</li> <li>• Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho;</li> <li>• Apresenta conceito inovador, que cria posição única e expande as qualidades positivas da marca PREFEITURA DE SANTO AMARO</li> <li>• Atua decisivamente para resolver o problema de comunicação</li> </ul> |

12.3. A nota de cada licitante corresponderá a soma das notas dos quesitos.

12.4. As LICITANTES tecnicamente classificadas serão habilitadas para abertura de seus Invólucros comerciais.

12.5. Serão consideradas melhores classificadas, na fase de julgamento da proposta técnica, as licitantes que obtiverem as 03(três) maiores pontuações.

12.6. Será desclassificada a proposta que:

- a) Não atender as exigências do presente Edital e dos seus anexos;
- b) Não alcançar, na soma o total dos quesitos, **70 (setenta) pontos**;

- c) Obter pontuação 0 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos na proposta técnica.

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

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

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

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

13.4. 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.

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

13.6. 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.

13.7. 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.

13.8. 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.

13.9. 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.

13.10. 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;

13.11. 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;

13.12. Se houver indícios de inexecuibilidade 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.

13.13. 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.

13.14. O Agente de Contratação poderá convocar a licitante para enviar documento digital complementar, por meio de funcionalidade disponível no sistema, no prazo de até **2 (duas) horas**, sob pena de não aceitação da proposta.

13.15. O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação por solicitação escrita e justificada da licitante, formulada antes de findo o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação;

13.16. 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.

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

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

#### **14. HABILITAÇÃO**

14.1. Caso atendidas as condições de participação, a habilitação das licitantes será verificada por meio do **PORTAL BLL**, em relação à habilitação jurídica, à regularidade fiscal e trabalhista, à qualificação econômico-financeira e à habilitação técnica.

14.2. É dever da licitante atualizar previamente as comprovações constantes do **PORTAL BLL**, para que estejam vigentes na data da abertura da sessão pública, ou encaminhar, em conjunto com a apresentação da proposta, a respectiva documentação atualizada;

14.3. O descumprimento do subitem acima implicará a inabilitação da licitante, exceto se a consulta aos sítios eletrônicos oficiais emissores de certidões feita pelo Agente de Contratação lograr êxito em encontrar a(s) certidão(ões) válida(s).

14.4. 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 justificativa no processo licitatório. Essa

regra não se aplica aos consórcios formados, em sua totalidade, por microempresas e pequenas empresas, assim definidas em lei.

14.5. 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 encaminhar em formato digital, via sistema, no prazo de **até 2 (duas) horas** sob pena de inabilitação.

14.6. 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.

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

14.8. 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.

14.9. 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.

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

#### **14.11. 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.**

#### **14.12. HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), do Ministério da Fazenda;
- b) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- c) Certidão de Regularidade da Fazenda Pública Federal, conjunta com a Dívida Ativa da União e Certidão de Regularidade do INSS;
- d) Comprovação de regularidade perante a Fazenda Estadual, emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual onde a empresa for sediada;
- e) Comprovação de regularidade perante a Fazenda Municipal, do domicílio ou da sede da licitante;
- f) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

#### **14.13. HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

14.13.1. 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.

14.13.2. Havendo alguma restrição na comprovação de regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da data da convocação, prorrogáveis por igual período, a critério desta Prefeitura, para a regularização da documentação com emissão de certidões negativas ou positivas com efeito de negativa.

14.13.3. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem acima implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções legais, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

14.13.4. 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.

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

14.13.6. 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.

#### **14.14. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

14.14.1. Notoriedade da Agência em Grandes Eventos: A agência deverá demonstrar sua sólida experiência e notável presença em eventos de grande porte, tanto no Brasil quanto internacionalmente, evidenciando sua competência em gerenciar e promover eventos de relevância. A agência precisa comprovar seu envolvimento em eventos de alta visibilidade, como festivais, feiras, congressos, shows, e outras iniciativas de grande escala, garantindo ampla divulgação e impacto positivo. A evidência de tais participações será considerada um diferencial, especialmente em eventos realizados por grandes marcas nacionais e internacionais.

14.14.2. Prova de experiência: Apresentar um portfólio de eventos realizados, incluindo dados sobre o número de participantes, o alcance da mídia, a efetividade das campanhas promocionais, e os resultados obtidos.

14.14.3. Case studies: Fornecer estudos de caso detalhados de eventos significativos em que a agência esteve envolvida, destacando o planejamento, execução, resultados, e o retorno sobre investimento (ROI) alcançado para as marcas participantes.

14.14.4. Ações Promocionais para Grandes Marcas Nacionais: A agência deverá comprovar sua capacidade de realizar ações promocionais e de marketing eficazes para marcas de renome no mercado nacional, com foco em aumentar a visibilidade, engajamento e conversão. A experiência prévia no desenvolvimento de campanhas para grandes marcas será um critério essencial para a seleção da agência, uma vez que isso demonstra sua capacidade de atuar de forma estratégica e alinhada aos interesses das marcas.

14.14.5. Portfólio de campanhas: Apresentar exemplos de campanhas promocionais bem-sucedidas realizadas para grandes marcas nacionais, com métricas de sucesso, como aumento de vendas, ampliação do reconhecimento de marca, ou geração de leads qualificados.

14.14.6. Inovação nas estratégias: Evidenciar a aplicação de estratégias inovadoras e criativas para maximizar o impacto das campanhas, incluindo o uso de novos canais digitais, tecnologias emergentes ou métodos de marketing não convencionais.

14.14.7. Equipe Dedicada à Execução do Contrato em Santo Amaro: A agência deverá ter uma equipe dedicada exclusivamente ao contrato e ao gerenciamento das atividades relacionadas ao projeto na cidade de Santo Amaro, composta por no mínimo cinco profissionais qualificados, com experiência na área de atuação solicitada. A equipe deverá estar alocada de forma permanente ou semipermanente, garantindo uma execução eficiente e eficaz dos serviços prestados.

14.14.8. Composição da equipe: Descrever a formação e as qualificações dos profissionais que compõem a equipe, incluindo suas especializações, experiência prévia e funções específicas dentro do projeto.

14.14.9. Localização da equipe: Confirmar que os profissionais estarão baseados em Santo Amaro, com presença física regular, para facilitar a comunicação e acompanhamento das atividades, além de proporcionar uma maior proximidade com o cliente.

Planejamento e comunicação: A equipe deverá possuir um planejamento bem estruturado, com metas e cronogramas claros, além de estabelecer canais de comunicação contínuos e eficazes com a administração local e outras partes envolvidas no contrato.

14.14.10. Infraestrutura Operacional e Logística Local: A agência deverá apresentar uma estrutura operacional robusta para garantir a execução das ações contratadas na cidade de Santo Amaro. Além da equipe dedicada, é fundamental que a agência possua infraestrutura local, incluindo recursos tecnológicos e logísticos, que assegurem a eficiência das ações promovidas.

14.14.11. Recursos tecnológicos: Detalhar as ferramentas, softwares e plataformas utilizadas pela agência para monitoramento e execução das ações promocionais, com destaque para aqueles que facilitam a gestão de eventos e a análise de dados em tempo real.

14.14.12. Apoio logístico: A agência deve possuir recursos logísticos adequados para a realização de eventos e ações promocionais em Santo Amaro, incluindo transportes, instalações, equipamentos e outros recursos necessários à execução do contrato.

## **15. ENCAMINHAMENTO DA PROPOSTA VENCEDORA**

15.1. A proposta final da licitante declarada vencedora deverá ser encaminhada no prazo de **até 2 (duas) horas** a contar da solicitação do Agente de Contratação no sistema eletrônico e deverá:

- a) Ser redigida em língua portuguesa, digitada, em uma via, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, devendo a última folha ser assinada e as demais rubricadas pela licitante ou seu representante legal;
- b) Conter a indicação do banco, número da conta e agência da licitante vencedora, para fins de pagamento.

15.2. A proposta final deverá ser documentada nos autos e será levada em consideração no decorrer da execução do contrato e aplicação de eventual sanção à Contratada, se for o caso.

15.3. Todas as especificações do objeto contidas na proposta, tais como marca, modelo, tipo, fabricante e procedência, vinculam a Contratada.

15.4. Os preços devem ser expressos em moeda corrente nacional, o valor unitário em algarismos e o valor global em algarismos e por extenso.

15.5. Ocorrendo divergência entre os preços unitários e o preço global, prevalecerão os primeiros; no caso de divergência entre os valores numéricos e os valores expressos por extenso, prevalecerão estes últimos.

15.6. A oferta deverá ser firme e precisa, limitada, rigorosamente, ao objeto do Edital, sem

conter alternativas de preço ou de qualquer outra condição que induza o julgamento a mais de um resultado, sob pena de desclassificação.

15.7. A proposta deverá obedecer aos termos do Edital e seus Anexos, não sendo considerada aquela que não corresponda às especificações ali contidas ou que estabeleça vínculo à proposta de outra licitante.

15.8. As propostas que contenham a descrição do objeto, o valor e os documentos complementares estarão disponíveis na internet, após a homologação.

## **16. RECURSOS**

16.1. Declarada a vencedora e decorrida a fase de regularização fiscal e trabalhista da licitante qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte, se for o caso, deverá a licitante interessado manifestar, imediatamente, a sua intenção de recorrer, em campo próprio do sistema.

16.2. O recorrente terá, a partir de então, o prazo 3 (três) dias úteis para apresentar as razões, pelo sistema eletrônico, ficando as demais licitantes, desde logo, intimados para, querendo, apresentarem contrarrazões também pelo sistema eletrônico, em outros 3 (três) dias úteis, que começarão a contar do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

16.3. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.

16.4. Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados, no endereço constante no Edital.

## **17. REABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA**

17.1. 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.

17.2. 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.

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

a) A convocação se dará por meio do sistema eletrônico (“chat”), ou e-mail, ou de

acordo com a fase do procedimento licitatório.

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

## **18. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO**

18.1. Julgados os recursos, constatada a regularidade dos atos praticados, a Autoridade Superior adjudicará e homologará a licitação.

## **19. TERMO DE CONTRATO OU INSTRUMENTO EQUIVALENTE**

19.1. Após a homologação da licitação, em sendo realizada a contratação, será firmado Termo de Contrato ou emitido instrumento equivalente.

19.2. 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.

19.3. 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 aceite no prazo de 03 (três) dias, a contar da data de seu recebimento.

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

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

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

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

19.8. 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.

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

19.10. 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.

19.11. 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.

19.12. 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.

19.13. 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.

## **20. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

20.1. Sem prejuízo da caracterização dos ilícitos administrativos previstos na Federal no 12.232/2010, no que concerne a normas gerais e pela Lei no 14.133/2021 e Lei Complementar 123/2006, com as cominações inerentes, a inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará o contratado à multa de mora, que será graduada de acordo com a gravidade da infração, obedecidos os seguintes limites máximos:

20.1.1. 10% (dez por cento) sobre o valor deste contrato, em caso de descumprimento total da obrigação, ou ainda na hipótese de negar-se a contratada a efetuar o reforço da caução, dentro de 10 (dez) dias contados da data de sua convocação;

20.1.2. 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado;

20.1.3. 0,7% (sete décimos por cento) sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado, por cada dia subsequente ao trigésimo.

20.2. A multa a que se refere este item não impede que a Administração rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas na lei.

20.3. A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia do contratado faltoso, sendo certo que, se o seu valor exceder ao da garantia prestada, além da perda desta, a contratada responderá pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela administração ou, ainda, se for o caso, cobrada judicialmente.

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

20.5. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

## **21. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO**

21.1. Até 03 (três) dias úteis antes da data designada para a abertura da sessão pública, qualquer pessoa poderá impugnar este Edital e/ou apresentar pedido de esclarecimento.

21.2. A IMPUGNAÇÃO e/ou PEDIDO DE ESCLARECIMENTO DEVERÃO ser feitos EXCLUSIVAMENTE por FORMA ELETRÔNICA no sistema\_ <https://www.bll.org.br>.

21.3. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada no Portal BLL com prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

21.4. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

21.5. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame, salvo quando se amolda ao artigo 55, § 1º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

21.6. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo Agente de Contratação, nos autos do processo de licitação.

21.7. As respostas aos pedidos de esclarecimentos serão divulgadas pelo sistema e vincularão os participantes e a administração.

21.8. As respostas às impugnações e aos esclarecimentos solicitados, bem como outros avisos de ordem geral, serão cadastradas no sítio <https://www.bll.org.br>. sendo de responsabilidade das licitantes, seu acompanhamento.

21.9. A petição de impugnação apresentada por empresa deve ser firmada por sócio, pessoa designada para a administração da sociedade empresária, ou procurador, e vir acompanhada, conforme o caso, de estatuto ou contrato social e suas posteriores

alterações, se houver, do ato de designação do administrador, ou de procuração pública ou particular (instrumento de mandato com poderes para impugnar o Edital).

## **22. DISPOSIÇÕES GERAIS**

22.1. Da sessão pública da Concorrência divulgar-se-á ata no sistema eletrônico.

22.2. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pelo Agente de Contratação.

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

22.4. No julgamento das propostas e da habilitação, o Agente de Contratação poderá sanar erros ou falhas que não alterem a substância das propostas, dos documentos e sua validade jurídica, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes validade e eficácia para fins de habilitação e classificação.

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

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

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

22.8. Na contagem dos prazos estabelecidos no Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

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

22.10. A licitante é a responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

a) A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação do proponente que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido a vencedora, a rescisão do contrato ou do documento equivalente, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

22.11. Em caso de divergência entre disposições do Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as do Edital.

22.12. A Prefeitura Municipal de Santo Amaro, poderá revogar esta Concorrência por razões de interesse público decorrente de fato superveniente que constitua óbice manifesto e incontornável, ou anulá-lo por ilegalidade, de ofício ou por provocação

de terceiros, salvo quando for viável a convalidação do ato ou do procedimento viciado, desde que observados os princípios da ampla defesa e contraditório.

22.13. A anulação da Concorrência induz à extinção do contrato;

22.14. A anulação da licitação por motivo de ilegalidade não gera obrigação de indenizar.

22.15. É facultado à Autoridade Superior, em qualquer fase da Concorrência, promover diligência destinada a esclarecer ou completar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de informação ou de documentos que deveriam ter sido apresentados para fins de classificação e habilitação.

22.16. O Edital está disponibilizado, na íntegra, no endereço eletrônico: <https://www.bll.org.br>, período em que os autos do processo administrativo permanecerão com acesso e vista franqueada aos interessados.

22.17. Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

**ANEXO I – Termo de Referência / Briefing;**

**ANEXO II – Minuta do Contrato.**

### **23. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

23.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

23.2. A fiscalização dos serviços será exercida pela CONTRATANTE, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste objeto.

23.3. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

23.4. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

23.5. A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

23.6. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, as suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

23.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

23.8. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa

fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

23.9. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

23.10. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

23.11. A CONTRATANTE realizará, anualmente, avaliação da qualidade do atendimento e do nível técnico dos trabalhos realizados.

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

## **24. OBRIGAÇÕES DAS PARTES E DIREITOS AUTORAIS**

24.1. As obrigações da Contratante e da Contratada e os Direitos Autorais estão previstos no ANEXO I – Termo de Referência / Briefing e no ANEXO II – Minuta do Contrato.

## **25. FORO**

25.1. As questões decorrentes da execução deste objeto que não, possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de SANTO AMARO, no Estado da Bahia, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Santo Amaro /BA, \_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025

**JUCIMARO DAMASCENO MUNIZ**  
**Secretário de Gestão Administrativa - SEGAD**

**PREFEITURA DE SANTO AMARO**  
**ESTADO DA BAHIA**  
**TERMO DE REFERÊNCIA / BRIEFING**

**BRIEFING**

Campanha Simulada

**Dados Introdutórios**

Santo Amaro, localizada na região do Recôncavo Baiano tem uma população estimada, por dados do IBGE para 2022, em pouco mais de 56.012 mil habitantes; com densidade demográfica, em dados do IBGE de 2022, de 123,27 pessoas por quilômetro quadrado.

O município fica do nordeste baiano e distante cerca de 74 quilômetros de Salvador, a capital do estado. Faz fronteira com os municípios de Amélia Rodrigues, São Francisco do Conde, Saubara, Cachoeira, Conceição do Jacuí e Terra Nova.

Também segundo dados do IBGE de 2022, o salário médio mensal dos trabalhadores formais era de 1,8 salários-mínimos. E os santo-amarenses com ocupação laboral atingiam 15%.

**1. CONTEXTO GERAL**

A Prefeitura de Santo Amaro, reconhecida por seu rico patrimônio cultural e histórico, busca por uma comunicação integrada e eficaz que fortaleça a conexão com seus cidadãos, promovendo ações institucionais e projetos voltados ao desenvolvimento social, econômico e cultural da cidade.

**2. OBJETIVO DA CAMPANHA**

Criar uma estratégia de comunicação que:

Amplie o engajamento da população com os projetos e ações da Prefeitura. Reforce orgulho local e a valorização do patrimônio cultural de Santo Amaro. Promova a transparência e a credibilidade da gestão pública.

Facilite o acesso às informações sobre serviços, programas e eventos

promovidos pela Prefeitura.

### **3. PÚBLICO-ALVO**

Primário: Moradores de Santo Amaro, abrangendo diferentes faixas etárias, classes sociais e níveis de escolaridade.

Secundário: Turistas e visitantes interessados no patrimônio histórico, cultural e natural da cidade.

### **4. TOM E LINGUAGEM**

A comunicação deve ser clara, acessível e inclusiva, respeitando a diversidade cultural e social do público.

O tom deve transmitir proximidade, transparência e confiança, alinhado ao papel institucional da Prefeitura.

Incorporar elementos que valorizem a identidade cultural local, como linguagem regional e referências à história e à cultura de Santo Amaro.

### **5. IDENTIDADE VISUAL E ESTILO**

Design moderno, dinâmico e alinhado à estética da cultura baiana. Uso de cores que remetam à bandeira e aos símbolos da cidade.

Imagens de alto impacto que destaquem os pontos turísticos, eventos tradicionais (como a Festa da Purificação) e ações da Prefeitura.

### **6. CANAIS DE COMUNICAÇÃO**

Online: Redes sociais (Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp), site oficial da Prefeitura e campanhas digitais.

Offline: Outdoor, rádios comunitárias, TV local, jornais impressos e eventos de mobilização comunitária.

### **7. PEÇAS CRIATIVAS NECESSÁRIAS**

Campanha institucional (manifesto): Vídeo e peças gráficas destacando a visão da gestão pública.

Materiais informativos sobre serviços públicos (educação, saúde, infraestrutura).

Campanhas de conscientização (meio ambiente, combate à dengue, etc.).

Divulgação de eventos e iniciativas culturais (ex.: Festa da Purificação, tradições locais).

Relatórios de gestão pública apresentados de forma acessível e atrativa.

## **8. DIFERENCIAIS CRIATIVOS ESPERADOS**

Abordagem que valorize a autenticidade cultural de Santo Amaro.

Ideias inovadoras que aproximem a Prefeitura da comunidade, reforçando um senso de pertencimento e parceria.

Propostas sustentáveis e de baixo impacto ambiental.

## **9. RESULTADOS ESPERADOS**

Maior adesão da população às ações e programas da Prefeitura.

Reconhecimento do trabalho da gestão municipal.

Fortalecimento da imagem de Santo Amaro como um destino turístico cultural e histórico.

### **Mídia**

Cobrir de forma ampla, eficaz e eficiente o público-alvo da campanha simulada. Ação que deve ser coadunada com a mensagem criada e seus objetivos, através dos meios veículos adequados ao que deve propor a comunicação.

### **Verba**

A campanha simulada deverá ser feita e proposta tendo como limite referencial de verba R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais). Todos os custos de campanha (criação, produção e execução) deverão estar contidos neste valor.

### **Período de veiculação**

Período máximo de 30 dias para veiculação. Quando será veiculada deve atender apenas à visão técnica do proponente, que deve constar do seu Plano de Mídia.

**CONCORRÊNCIA Nº XX/XXXX ANEXO**

**II**

**CONTRATO Nº XX/20XX**

**MINUTA DO CONTRATO**

CONTRATO PARA A CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO AS ATIVIDADES DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS. INCLUI TAMBÉM A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE NOS DIVERSOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER, INSTITUCIONALMENTE, OS ATOS, PROGRAMAS, OBRAS, SERVIÇOS E CAMPANHAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO - BA, OBSERVANDO O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E O DIREITO À INFORMAÇÃO.

AS AÇÕES PUBLICITÁRIAS DEVERÃO CONTEMPLAR INICIATIVAS DE CARÁTER EDUCATIVO, INFORMATIVO, CULTURAL, ESPORTIVO, PROMOCIONAL E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, COM VEICULAÇÃO EM MÍDIA IMPRESSA, ELETRÔNICA, DIGITAL, EXTERIOR, E DEMAIS SUPORTES NECESSÁRIOS AO ALCANCE DOS PÚBLICOS DE INTERESSE., QUE ENTRE SI CELEBRAM A PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO E A EMPRESA .....

**A PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO AMARO**, localizada Rua do Imperador n. 03 Centro, Sala de Reuniões do Departamento de Licitação, Santo Amaro, Bahia, neste ato representada pelo Sr.XXXXXXXXXX, doravante denominada **CONTRATANTE**, e a Empresa, com sede na Rua ....., nº. ...., sala nº. Edif. ...., Bairro ....., CEP: ....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº....., adjudicatária vencedora da **Concorrência Pública nº xxx/xxxx**, neste ato representada por seu sócio, Sr. brasileiro, casado, administrador de empresa, portador do RG nº, expedido pela SSP/BA, e do CPF/MF sob nº, residente e domiciliado na Rua ....., nº, Bairro ....., na cidade ....., doravante denominada **CONTRATADA**, doravante denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, mediante os termos e condições a seguir:

## **1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232/10 e da Lei Federal nº 14.133/2021 e Lei 123/2006.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte integrante deste contrato Projeto Básico, o Edital da Concorrência Pública nº xx/xxxx e seus anexos e a Proposta da Contratada.

## **2. CONTRATADA. CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO**

2.1. Constitui o objeto desta licitação a Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços especializados de publicidade, compreendendo as atividades de estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa de ações publicitárias. Inclui também a distribuição de publicidade nos diversos meios de divulgação, com o objetivo de promover, institucionalmente, os atos, programas, obras, serviços e campanhas da Prefeitura Municipal de Santo Amaro - BA, observando o princípio da publicidade e o direito à informação.

2.2. As ações publicitárias deverão contemplar iniciativas de caráter educativo, informativo, cultural, esportivo, promocional e de orientação social, com veiculação em mídia impressa, eletrônica, digital, e demais suportes necessários ao alcance dos públicos de interesse.

2.3. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (para o público externo e interno) em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das ações publicitárias;

2.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária,

2.5. Os serviços previstos no item 2.2. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.6. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações,

dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.7. Para a prestação dos serviços a Agência não poderá subcontratar outra agência de publicidade para a execução dos serviços previstos no item 2.2.

2.8. O fornecimento de bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares deste objeto, se dará em conformidade com o disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/10.

2.9. A agência atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2. deste objeto, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.10. Para fins deste objeto, as ações de publicidade abrangem a publicidade institucional, a publicidade mercadológica e a publicidade de utilidade pública, excluídas as ações de promoção e de patrocínio.

2.11. Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse da PREFEITURA MUNIOPAL DE SANTO AMARO.

### **3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA**

3.1. O prazo de vigência do contrato, a contar da data da sua assinatura, será de 12 (doze) meses, admitindo-se a sua prorrogação por até sessenta meses nos termos da Lei 14.133/2021.

3.2. A prorrogação do prazo de vigência, nos termos da Lei 14.133/2021, deverá ser realizada através de termo aditivo.

3.3. A variação do valor contratual para fazer face ao reajuste de preços previsto no próprio contrato, as atualizações, compensações ou apenações financeiras decorrentes das condições de pagamento nele previstas, bem como o empenho de dotações orçamentárias suplementares até o limite do seu valor corrigido, não caracterizam alteração do mesmo, podendo ser registrados por simples ,apostila, dispensando a celebração de aditamento.

3.4. A prorrogação será instruída por avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE.

### **4. CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1.O orçamento estimado da presente contratação, estão estimadas em  
xxxxxxxxxxxxxxxxxx

4.2. Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

| UNIDADE GESTORA | FONTE | PROJETO/<br>ATIVIDADE | ELEMENTO DE<br>DESPESA |
|-----------------|-------|-----------------------|------------------------|
|                 |       |                       |                        |
|                 |       |                       |                        |
|                 |       |                       |                        |
|                 |       |                       |                        |

**DIVISÃO DE VALORES POR SECRETARIA**

**Gabinete do Prefeito (R\$)**

**Secretaria de Educação (R\$)**

**Secretaria de Saúde (R\$)**

**Secretaria Ação Social (R\$)**

**Secretaria Cultura (R\$) Secretaria**

**Esporte (R\$)**

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

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

**5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.2. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.3. Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.4. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Santo Amaro, ou Salvador, ou Região Metropolitana de Salvador, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas;

5.5. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Santo Amaro, ou Salvador, ou Região Metropolitana de Salvador, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, com os seguintes números mínimos de profissionais exclusivos para execução deste contrato: 1 (um) profissional de estudo e planejamento, 2 (dois) profissionais de criação, 1 (um) profissional de produção de rádio, TV e internet, 1 (um) profissional de design gráfico, 1 (um) profissional de mídia, 1 (um) profissional de atendimento;

5.6. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

5.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à CONTRATANTE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

5.8. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.9. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes da Cláusula Direitos Autorais, para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

a) Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Edital e seus anexos;

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

c) Acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da Contratada, através de comissão/servidor especialmente designado;

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

e) Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

f) Notificar a Contratada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições,

falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se que as soluções por ela propostas sejam as mais adequadas;

g) Fornecer por escrito as informações necessárias para o desenvolvimento dos serviços objeto do contrato; e

a) Realizar avaliações periódicas da qualidade dos serviços, após seu recebimento.

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

## **6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

6.2. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

6.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

6.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

6.5. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

6.6. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.7. Suspender o pagamento da CONTRATADA quando identificado atraso superior a 10 (dez) dias no pagamento/repasso a terceiros, de valores desembolsados pela CONTRATANTE.

6.8. A CONTRATANTE notificará a CONTRATADA, por escrito, quando desta suspensão de pagamentos.

6.9. A CONTRATANTE retomará a normalidade nos pagamentos apenas quando da comprovação da regularização da situação da CONTRATADA com relação a terceiros. Proceder à publicação resumida do instrumento de contrato e de seus aditamentos na imprensa oficial, condição indispensável para sua validade e eficácia, no prazo de 10 (dez) dias corridos da sua assinatura.

## **7. CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.2. A fiscalização dos serviços será exercida pela CONTRATANTE, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste objeto.

7.3. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.4. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

7.5. A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.6. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, as suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.8. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.9. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.10. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.11. A CONTRATANTE realizará, anualmente, avaliação da qualidade do atendimento e do nível técnico dos trabalhos realizados.

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

## **8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

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

- a) 40 % (quarenta por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- b) Honorários de 3 % (três por cento), incidentes sobre os preços 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 pertinentes à execução do contrato.
- c) Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
- d) Honorários de 3 % (três por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- e) Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
- f) Honorários de 8 % (oito por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- g) Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.2. Os layouts reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

- a) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de 5 % (cinco por cento).
- b) O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal

caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGPDI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

- c) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 5% (cinco por cento).
- d) O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGPO1), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.
- e) A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre seus custos internos e sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição proporcione a ela o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- f) Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.
- g) A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto padrão de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.
- h) As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

## **9. CLÁUSULA NONA – DESCONTO PADRÃO AGÊNCIA**

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sexta, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência - à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois - concedido pelos veículos de comunicação.

9.2. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que

diz respeito à remuneração da agência.

9.3. Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, e repassará ao CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo.

## **10. CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS**

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

10.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10.14. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.15. A CONTRATANTE será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

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

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

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

## **11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

11.1. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de uma via da Nota Fiscal-Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pela CONTRATANTE, mediante crédito na conta corrente nº xxxx, mantida pela CONTRATADA junto à agência nº xxxx, do Banco xxx (nº xxx) no prazo não superior a 8 (oito) dias, contados à partir da data final do período de adimplemento das parcelas dos serviços, da seguinte forma:

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

11.3. Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

11.4. Outros serviços realizados por terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE.

11.5. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao número deste contrato e a manifestação de aceitação da CONTRATANTE.

11.6. Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e contratados.

11.7. Antes da efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA deverá apresentar:

- a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- b) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, certidões negativas de débitos expedidas por órgãos da Secretaria da Receita Federal e da Procuradoria da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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.

11.10. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

11.11. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato. 11.6 A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.12. Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

11.14. A CONTRATADA apresentará, quando solicitado, à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros.

11.15. A CONTRATANTE efetuará retenção, na fonte, dos tributos e contribuições sobre todos os pagamentos à CONTRATADA.

## **12. DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA**

12.1. Para o fiel cumprimento das obrigações do presente contrato, a CONTRATADA, deverá apresentar a garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado do contrato em favor do CONTRATANTE, podendo optar por uma das modalidades previstas na Lei 14.133/2021 no prazo máximo de 10 dias úteis, a partir da data deste instrumento contratual.

12.2. A CONTRATADA fica obrigada a repor o valor da garantia quando esta for utilizada para cobertura de multas, desde que não tenha havido rescisão do contrato

12.3. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.4. Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA.

12.5. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será

corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

12.6. Para devolução da garantia após o término do contrato, a CONTRATADA não poderá estar inadimplente com seus fornecedores e com as obrigações trabalhistas e previdenciárias dos seus empregados.

12.7. Em caso de atualização do total estimado de despesas deste contrato, a CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido.

12.8. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 14.133/2021.

### **13. DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1. Sem prejuízo da caracterização dos ilícitos administrativos previstos na Federal no 12.232/2010, no que concerne a normas gerais e pela Lei no 14.133/2021 e Lei Complementar 123/2006, com as cominações inerentes, a inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará o contratado à multa de mora, que será graduada de acordo com a gravidade da infração, obedecidos os seguintes limites máximos:

- a) 10% (dez por cento) sobre o valor deste contrato, em caso de descumprimento total da obrigação, ou ainda na hipótese de negar-se a contratada a efetuar o reforço da caução, dentro de 10 (dez) dias contados da data de sua convocação;
- b) 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado;
- c) 0,7% (sete décimos por cento) sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado, por cada dia subsequente ao trigésimo.

13.2. A multa a que se refere este item não impede que a Administração rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas na lei.

13.3. A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia do contratado faltoso, sendo certo que, se o seu valor exceder ao da garantia prestada, além da perda desta, a contratada responderá pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela administração ou, ainda, se for o caso, cobrada judicialmente.

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

13.5. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente

ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

#### **14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO**

14.1. A inexecução, total ou parcial, do contrato ensejará a sua rescisão, com as conseqüências contratuais e as previstas na Lei 14.133/2021.

14.2. A rescisão poderá ser determinada por ato unilateral e escrito do Contratante nos casos enumerados na Lei 14.133/2021.

14.3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.4. Em caso de rescisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras agências de propaganda, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato.

14.5. A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei 14.133/2021, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

14.6. A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

#### **15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES GERAIS**

15.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município, as suas expensas, na forma prevista na Lei 14.133/2021.

15.3. O presente contrato poderá ser denunciado pela CONTRATANTE após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

15.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº Lei 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.5. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades

previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de defesa do Consumidor).

15.6. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

## **16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO**

16.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Santo Amaro, no Estado da Bahia, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

16.2. E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em três vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, de tudo cientes.

Santo Amaro, xxx de xxxxxx de 20xx.

\_\_\_\_\_

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CONTRATANTE

\_\_\_\_\_

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

\_\_\_\_\_

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

\_\_\_\_\_

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX