

A SUPERINTENDÊNCIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO DE ALAGOINHAS/BAHIA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2026

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/ 2026

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1. A Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas/Ba, doravante denominado ANUNCIANTE, por intermédio do Setor de Licitação, neste ato representado pela Comissão de Contratação designada pelo **PORTARIA nº 002/2026**, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo Técnica e Preço, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.1 A presente Concorrência será realizada na forma presencial, com recebimento físico dos invólucros contendo as Propostas Técnica e de Preços e os Documentos de Habilitação, na data, horário e local indicados neste Edital, observadas as disposições da Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei nº 14.133/2021.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sendo que o processo licitatório e a contratação serão regidos pela Lei Federal nº 12.232/2010, e complementarmente pelas Leis Federais 4.680/1965 e 14.133/2021 e alterações posteriores.

1.2.1 Aplicam-se também a esta Concorrência, no que couber, as disposições da Lei nº 14.133/2021, da Lei nº 12.232/2010 da Lei nº 4.680/1965, do Decreto nº 57.690/1966, bem como da legislação municipal pertinente, especialmente os decretos e regulamentos editados pelo Município de Alagoinhas/BA que disciplinem os procedimentos licitatórios e contratações administrativas, além das demais normas aplicáveis à espécie e das disposições constantes deste Edital.

1.2.2. **REGIME DE EXECUÇÃO:** Empreitada por preço unitário, previsto na Lei nº 12.232/2010 e complementarmente pela Lei 14.133/2021.

1.2.3. **RITO:** Rito procedimental comum, conforme disposto no artigo 29 da Lei 14.133/2021

1.2.4. **MODO DE DISPUTA:** Fechado, conforme disposto no inciso II, parágrafo 2º do artigo 56 da Lei 14.133/2021.

2. OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

2.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, 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, relacionados à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 **não** abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

2.2.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.2.2 A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços

especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 300.000,00 (Trezentos Mil Reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2026, nas seguintes funcionais programáticas:

Projeto Atividade: 2.222
Elemento Despesa: 33.90.39
Fonte: 75200

3.3 A Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas/Ba se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4 No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme estabelecido no art. 125 da Lei Federal 14.133/2021.

3.5 Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1 Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.5.2 O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

4.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o órgão/entidade;

- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica;
- f) que estejam reunidas em consórcio;
- g) que atuem sem fins lucrativos.

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

4.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o ANUNCIANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1 Este Edital será fornecido, Cópia da íntegra deste Edital e dos elementos que o integram, será fornecida aos interessados, disponíveis no site: <https://impublicacoes.org/> e no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP.

5.2 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Município de Alagoinhas, no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 3 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- ☛ por ofício: protocolizado na sede da Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas no setor de Licitação, situado à Rua

Juracy Magalhães, nº 333, Centro, Alagoinhas - Bahia, CEP: 48005-440, de segunda a sexta-feira, das 08h às 13h;

➔ pelo e-mail licitacoes@smt.alagoinhas.ba.gov.br

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação em até 03 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

6.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação em diário oficial, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o diário oficial do município para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda à sexta-feira, das 08h às 13h na sede da Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas no setor de Licitação, situado à Rua Juracy Magalhães, nº 333, Centro, Alagoinhas - Bahia, CEP: 48005-440.

7.2A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitacoes@smt.alagoinhas.ba.gov.br, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 03 (três) dias contados do encaminhamento do e-mail.

7.3 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.4 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.5 Toda e qualquer pessoa física e/ou jurídica é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado em até 03 (três) dias úteis anteriores à data fixada para recebimento das Propostas Técnica e de Preços, no endereço e nos horários mencionados no preâmbulo deste Edital.

7.6 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, a pessoa física e/ou jurídica que não se manifestar até três dias úteis anteriores à data da apresentação das propostas), apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram.

I - A administração responderá formalmente ao pedido de impugnação do edital no prazo de **até 3 (três) dias úteis**, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, cuja publicação dar-se-á em sítio eletrônico oficial.

II - A impugnação deverá ser protocolizada fisicamente de segunda a sexta-feira, das das 08h às 13h na sede da Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas no setor de Licitação, situado à Rua Juracy Magalhães, nº 333, Centro, Alagoinhas - Bahia, CEP: 48005-440.

7.6.1 Considera-se licitante, para efeito do inciso II do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

8.1.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1 As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Contratação em **05 (cinco) invólucros distintos e separados**, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

➔ dia: **04/05/2026**

➔ hora: **09:00 horas**

➔ local: sede da Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas no setor de Licitação, situado à Rua Juracy Magalhães, nº 333, Centro, Alagoinhas - Bahia, CEP: 48005-440.

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

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

9.4 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver condicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na sede da Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas no setor de Licitação,

situado à Rua Juracy Magalhães, nº 333, Centro, Alagoinhas - Bahia, CEP: 48005-440., de segunda à sexta-feira, das 08h às 13h.

10.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 001/2026 – Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas.

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

Invólucro nº 3

10.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 001/2026 – Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas no

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

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I.Raciocínio Básico
	II.Estratégia de Comunicação Publicitária
	III.Ideia Criativa
	IV.Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) Caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;

- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2;
- d) Espaçamento de 2 cm, nas margens superior, inferior, direita e esquerda, a partir da borda;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, “duplo” após título e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto de páginas em fonte “arial”, cor “preto automático”, tamanho “12 pontos”; permitido o uso de negrito em títulos, subtítulos e palavras ou frases de destaque;
- j) Páginas enumeradas a partir da capa, em algarismo arábico fonte “arial” tamanho “12 pontos”.
- l) sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1 Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *pass-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2 Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

11.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação 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 ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato ou paisagem, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar até 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2 Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.3 É permitida a inclusão de até 4 (quatro) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, 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 ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, 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.

12.2.1.4 Subquesto 4 - 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, da tática e do plano de mídia;
- 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 ANUNCIANTE 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.

12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

12.2.3 Quesito 3 - 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.

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		<somatório da pontuação dos subquesitos>
SUBQUESITOS	I.Raciocínio Básico	<mínimo 5%>
	II.Estratégia de Comunicação Publicitária	<mínimo 20%>
	III.Ideia Criativa	<mínimo 20%>
	IV.Estratégia de Mídia e Não Mídia	<mínimo 10%>
2. Capacidade de Atendimento		<máximo 25%>
3. Repertório		<máximo 10%>
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		<máximo 10%>
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

12.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.4 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 possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.5 A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.5.1 A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme disposto no subitem 16.2.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 001/2026 – Superintendência Municipal de Trânsito do Município de Alagoinhas.

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

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III.

a) percentual de desconto inferior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 20% (vinte por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 20% (por extenso por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965

14.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (trinta) dias corridos, contados de sua apresentação

14.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do art. 90, § 3º da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

15.4 O Preço Proposto pela Licitante (PPL), em cada quesito da Proposta de Preços, nos termos do subitem 14.2, será considerado na identificação de suas Pontuações Parciais de Preço (PPP), da seguinte forma:

PPP1 = (PPL1/MPD)*0,10 = quando o menor preço referir-se ao Maior Percentual de Desconto; sendo

MPD = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL1

PPL1 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "a" do subquesito 14.2

0,10 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "a" do subquesito 14.2

PPP2 = ((MPH+1)/(PPL2+1))*0,60 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes PPL2

PPL2 = Percentual de Referência da alínea "b" do sub quesito 14.2

0,60 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "b" do subquesito 14.2

PPP3 = ((MPH+1)/(PPL3+1))*0,20 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes PPL3

PPL3 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "c" do subquesito 14.2

0,20 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "c" do subquesito 14.2

PPP4 = ((MPH+1)/(PPL4+1))*0,10 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL4

PPL4 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "d" do subquesito 14.2

0,10 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "d" do subquesito 14.2

15.5 As Pontuações Parciais de Preço (PPP) serão consideradas na identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem 16.3.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1 No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Contratação observará o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para a licitação do tipo Técnica e Preço, e adotará os seguintes procedimentos:

I - identificação do Índice Técnico (IT) de cada licitante;

II - identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante; e

III - identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante.

16.2 O Índice Técnico (IT) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula **IT = PTL/MPT**, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IT = Índice Técnico.

PTL = Pontuação Técnica da Licitante, nos termos do subitem 12.5.

MPT = Maior Pontuação Técnica dentre as apresentadas pelas licitantes.

16.3 O Índice de Preços (IP) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula **IP = \sum PPP**, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IP = Índice de Preços.

PPP = Pontuações Parciais de Preço, a serem identificadas nos termos do subitem 15.4.

16.4 A Pontuação Final (PF) de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula **PF = (IT x PT) + (IP x PP)**, utilizando-se duas casas decimais, onde:

PF = Pontuação Final.

IT = Índice Técnico.

PT = Peso Técnico, que corresponde a 7 (*sete*).

IP = Índice de Preços.

PP = Peso de Preços, que corresponde a 3 (*três*).

16.5 Será vencedora desta concorrência a licitante que mantenha as condições de participação estabelecidas no item 4 deste Edital e que:

- a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 16.4;
e
- b) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 001/2026 – Prefeitura Municipal de Alagoinhas

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

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

18.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

18.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

18.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

18.2.2.1 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3 Qualificação Técnica:

- a) Comprovação, através da apresentação de um ou mais atestados de capacidade técnica, fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, onde conste que a licitante manteve ou mantém contrato e que executou ou está executando, a contento, serviços pertinentes e compatíveis, em características, com o objeto desta licitação.
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
 - b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
 - b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

18.2.4 Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante;
- b) Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos **2 (dois) últimos exercícios sociais**, já exigíveis e

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

- b.1. Os documentos referidos no item b, limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.
- b.2. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação, ficarão autorizadas a substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura, conforme artigo 65, §1º, da Lei nº 14.133/2021.
- b.3. É admissível o balanço intermediário, se decorrer de lei ou contrato/estatuto social.
- c) Caso o licitante seja cooperativa, tais documentos deverão ser acompanhados da última auditoria contábil-financeira, conforme dispõe o artigo 112 da Lei nº 5.764, de 1971, ou de uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador;
- d) Comprovação da boa situação financeira da empresa mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1(um), obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$
$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$



Comissão de Contratação

Referente Concorrência Pública nº 001/2026

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, se for o caso, consórcio>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante, se for o caso, consórcio>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

<representante legal da licitante <se for o caso> consórcio>

18.3 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as

que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1.1 A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para rerepresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (membros) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

20.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE.

20.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 5 (cinco) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE, por ele previamente cadastrados.

20.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão de Contratação poderá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2 A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3 O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o



subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

20.3.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

20.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

20.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

20.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4 A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos da Lei 14.133/2021.

20.4.1 Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão de Contratação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 001/2026, realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.



2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial ou Comissão de Contratação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

2. Eu, , Matrícula nº , vinculada ao , integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) , para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Comissão de Contratação.

Data: _____ de _____ de _____.

Assinatura

20.4.1.1 Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, conforme disposições previstas na Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de **03 (três) dias úteis**, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

22.1.1. Quando o recurso se der em virtude do disposto aportado nas alíneas “b” e “c” do inciso I do caput do artigo 165 da Lei 14.133/2021, a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, ao final da segunda reunião da sessão pública, com registro em ata da síntese de seus fundamentos, sob pena de preclusão.

22.1.2. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação no Diário Oficial Eletrônico, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

22.1.3. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

22.2. O recurso contra o julgamento das propostas, ato de habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

22.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

22.3. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 03 (três) dias úteis a partir do término do prazo do

recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes. **(Sessão será gravada em audio e video)**

23.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

23.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.5 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.6 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7 Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

23.1.8 A Comissão de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

23.2.1 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 23.2.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que **permanecerão fechados** sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1 A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das

licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada. (**ENVELOPE SERÁ FORNECIDO PELA SUPERINTENDÊNCIA**)

23.2.2.1.1 Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação.

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

23.2.3 A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

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

23.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

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

a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

23.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) identificar a Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL), conforme disposto no subitem 12.5, e informar que as mesmas serão publicadas na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1 Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão de Contratação.

Terceira Sessão

23.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) identificar o Índice Técnico (IT) de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.2 deste Edital;
- c) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- e) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- f) identificar as Pontuações Parciais de Preço (PPP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.4 deste Edital;
- g) identificar o Índice de Preço (IP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.3;
- h) identificar a Pontuação Final (PF) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.4;

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial ou Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

h) Quando o recurso se der em virtude do disposto aportado nas alíneas “b” e “c” do inciso I do caput do artigo 165 da Lei 14.133/2021, a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, ao final da segunda reunião da sessão pública, com registro em ata da síntese de seus fundamentos, sob pena de preclusão.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV.

25.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

25.1.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato.

25.2 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

25.3 O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

25.4 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.5 A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em Alagoinhas, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

25.6 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

26.1 As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

27. FISCALIZAÇÃO

27.1 O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

28.1 A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

28.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

29.1 Ensejará a aplicação de multa no percentual de 2% (dois por cento) sobre a estimativa de despesas previstas no subitem 16.1, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei 14.133/2021, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:

- I – recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;
- II – não atender as condições previstas no subitem 15.2, inviabilizando a contratação.

29.1.1. A multa deverá ser recolhida na Prefeitura Municipal de Alagoinhas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

29.1.2. O disposto no subitem 20.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 29.2.1.

29.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Prefeitura Municipal de Alagoinhas, pelo período de até 3 (três) anos:

- I – recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato.
- II – não manutenção das condições de habilitação;
- III – prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;
- IV – condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- V – prática de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com a Administração.
- VI - Se a licitante Contratada der causa à rescisão unilateral do do contrato decorrente desta licitação, por descumprimento de suas obrigações.

29.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 29.1. 29.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV do artigo 156 da Lei 14.133/2021, admitida a reabilitação do licitante nos termos do artigo 163 da mesma Lei. 14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

30. DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1 É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo

licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

30.2 A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

30.3A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

30.4 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

30.4.1 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

30.5 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

30.6 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

30.7 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

30.8 Cada licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, sendo-lhe exigível, ainda, em qualquer época ou oportunidade, a apresentação de outros documentos ou informações complementares que se fizerem necessários, a fim de completar a instrução do processo, conforme faculta o Art. 59, § 2º c/c art. 64 da Lei Federal nº 14.133/21.

30.9 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas previstas na Lei Federal nº 14.133/21 e no Código Penal Brasileiro.

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

30.11 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

30.11.1A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no do art. 150 da Lei nº 14.133/2021.

30.11.2 O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

30.12 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

30.13 Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

30.14 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Alagoinhas, Estado da Bahia.

30.15 Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: Termo de Referência
- b) Anexo I.I: ETP – Estudo Técnico Preliminar
- c) Anexo I.I.I. Briefing;
- d) Anexo II: Modelo de Procuração;
- e) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- f) Anexo IV: Minuta de Contrato.

Alagoinhas/Bahia, 02 de março de 2026.

VICTOR CELES IGLESIAS
Agente de Contratação

ANEXO I TERMO DE REFERÊNCIA

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1. DESCRIÇÃO DO OBJETO

1.1 Contratação de 01 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública para a Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas – SMT.

1.2 Os serviços compreenderão o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

1.3 A contratação observará o disposto na Lei nº 12.232/2010, na Lei nº 14.133/2021, na Lei nº 4.680/1965 e demais normas aplicáveis.

2. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

2.1 A comunicação pública é um dos pilares da administração pública e está baseada no princípio constitucional da publicidade, que garante o direito da população à informação e o dever do gestor de divulgar atos e políticas públicas.

2.2 A Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas é responsável pela gestão do trânsito no município, atuando nas áreas de engenharia, planejamento, administração, educação para o trânsito, operação do sistema viário, policiamento, fiscalização e aplicação de medidas e penalidades.

2.3 A SMT implanta e opera a sinalização do trânsito, gerencia equipamentos de controle viário, promove programas educativos, atua em escolas e comunidades e executa campanhas de segurança no trânsito.

2.4 Essas atividades exigem comunicação contínua e qualificada com a população para:

- campanhas educativas de trânsito
- divulgação de mudanças viárias
- orientação sobre segurança no trânsito
- comunicação de serviços e programas
- ações educativas em escolas e comunidades

2.5 A ausência de comunicação adequada compromete a segurança viária, a transparência administrativa e a efetividade das políticas públicas.

2.6 Justifica-se, portanto, a contratação de agência especializada para garantir planejamento estratégico, padronização da comunicação institucional e eficiência na aplicação dos recursos públicos.

3 . QUANTIDADE DE AGÊNCIAS

3.1 Será contratada 01 (uma) agência, considerando o volume de demandas da SMT e o valor estimado da contratação.

3.2 A contratação de uma agência é suficiente para atender às necessidades da autarquia, garantindo economicidade e eficiência administrativa.

4 . ESCOPO DOS SERVIÇOS

4.1 Os serviços compreenderão, conforme necessidade da SMTT:

- a) planejamento de campanhas educativas de trânsito
- b) criação de peças digitais, rádio, TV, outdoor e materiais impressos
- c) planejamento e compra de mídia
- d) produção audiovisual institucional
- e) comunicação de mudanças viárias
- f) campanhas em escolas e comunidades
- g) criação de identidade visual de programas da SMTT

4.2 O contrato terá natureza guarda-chuva, atendendo às demandas da SMTT dentro do conceito legal de publicidade.

4.3 Não estão incluídos serviços de assessoria de imprensa, eventos ou atividades não enquadradas como publicidade.

5 .PRAZO

5.1 O contrato terá vigência inicial de 12 meses, podendo ser prorrogado conforme legislação.

6. VALOR ESTIMADO

6.1 Valor global estimado da contratação: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

6.2 Os recursos correrão por conta das dotações orçamentárias da SMT, a serem indicadas no edital.

7 .PROPOSTA TÉCNICA

7.1 A Proposta Técnica será composta por:

I – Plano de Comunicação Publicitária

II – Capacidade de Atendimento

III – Experiência da Licitante

7.2 Plano de Comunicação Publicitária

7.2.1 Elaborado com base no briefing da SMTT.

7.2.2 Apresentado em duas vias:

- Via Não Identificada – Invólucro nº 1
- Via Identificada – Invólucro nº 2

7.2.3 Extensão máxima de 08 páginas, formato A4, fonte mínima 12.

7.2.4 Conteúdo obrigatório:

- a) Raciocínio Básico – diagnóstico do problema
- b) Estratégia de Comunicação – objetivos e abordagem
- c) Ideia Criativa – conceito da campanha
- d) Estratégia de Mídia – indicação de meios adequados

7.2.5 É vedada a identificação da licitante na Via Não Identificada.

7.3 Capacidade de Atendimento

Apresentação da estrutura da agência contendo:

- equipe principal
- funções técnicas

- estrutura física e tecnológica

7.4 Experiência da Licitante

7.4.1 Apresentação de:

- 01 case comprovado
- 05 peças de repertório

7.4.2 Exigência proporcional ao valor da contratação.

8 – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

8.1 A licitação será do tipo técnica e preço.

8.2 O Plano será avaliado considerando:

- compreensão do problema
- coerência estratégica
- criatividade aplicável
- adequação ao público
- viabilidade da proposta

9.SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1 O julgamento técnico será realizado por subcomissão técnica conforme legislação vigente.

10 – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

10.1 Executar os serviços em conformidade com o Termo de Referência, proposta técnica aprovada e determinações da fiscalização.

10.2 Elaborar planejamento estratégico de comunicação para cada demanda autorizada.

10.3 Submeter previamente à aprovação da SMT todas as peças, campanhas e planos de mídia antes da veiculação.

10.4 Garantir coerência institucional e adequação ao interesse público.

10.5 Providenciar produção interna e externa das peças publicitárias.

10.6 Apresentar, para produções externas, no mínimo 03 (três) orçamentos válidos, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

10.7 Comprovar a regularidade fiscal e técnica de fornecedores subcontratados.

10.8 Realizar compra de mídia com transparência e comprovação documental.

10.9 Assumir integral responsabilidade civil, administrativa e técnica pelos serviços executados.

10.10 Responder por danos causados à Administração ou a terceiros.

10.11 Manter sigilo sobre informações estratégicas e dados institucionais.

10.12 Observar a vedação de promoção pessoal de agentes públicos (art. 37, §1º da Constituição Federal).

10.13 Manter durante toda a execução contratual as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação (art. 92, XVI da Lei nº 14.133/2021).

10.14 Cumprir obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais, assumindo integral responsabilidade por sua equipe.

10.15 Não transferir a terceiros o objeto contratual, salvo hipóteses legalmente admitidas.

10.16 Cumprir os prazos estabelecidos nas ordens de serviço.

10.17 Refazer, sem ônus, qualquer serviço que apresente falha técnica ou desconformidade.

10.18 Disponibilizar equipe técnica compatível com o porte da contratação.

10.19 Apresentar relatórios periódicos de execução das campanhas.

10.20 Demonstrar resultados, métricas e indicadores de desempenho.

10.21 Apresentar comprovação da veiculação junto aos veículos contratados.

11 – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

11.1 Fornecer briefing, dados técnicos, informações institucionais e orientações necessárias à execução dos serviços.

11.2 Indicar prioridades e metas estratégicas de comunicação.

11.3 Designar formalmente fiscal do contrato (art. 117 da Lei nº 14.133/2021).

11.4 Acompanhar e avaliar a execução dos serviços.

11.5 Exigir correções quando identificadas falhas ou desconformidades.

11.6 Autorizar formalmente cada campanha ou ação publicitária.

11.7 Efetuar os pagamentos conforme cronograma e condições previstas no contrato, mediante apresentação de nota fiscal e comprovação da execução.

11.8 Verificar previamente a regularidade fiscal da contratada antes do pagamento.

11.9 Assegurar disponibilidade orçamentária e financeira.

11.10 Controlar os limites da despesa contratual.

11.11 Aplicar penalidades previstas no contrato em caso de descumprimento (arts. 155 163 da Lei nº 14.133/2021).

11.12 Garantir o contraditório e a ampla defesa.

12 . PROCEDIMENTOS DE FISCALIZAÇÃO E GERENCIAMENTO

12.1 Os itens, objeto desta licitação, a serem contratados serão objeto de acompanhamento, controle, fiscalização e avaliação por servidor designado pela portaria.

12.2 A Fiscalização é exercida no interesse da Administração; não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, e, na sua ocorrência, não implica corresponsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos.

12.3 A CONTRATANTE se reserva o direito de rejeitar no todo ou em parte o objeto deste contrato, se em desacordo com as especificações e as Cláusulas Contratuais.

12.4 Quaisquer exigências da Fiscalização, inerentes ao objeto do Contrato, deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA sem ônus para a CONTRATANTE.

13. DAS SANÇÕES

13.1 Comete infração administrativa nos termos do art. 155 da Lei nº 14,133, de 2021, a Contratada que:

13.1.1 der causa à inexecução total ou parcial de qualquer das obrigações assumidas em decorrência da contratação;

13.1.2 não mantiver a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

13.1.3 não celebrar o contrato ou deixar de entregar a documentação exigida dentro do prazo;

13.1.4 ensejar o retardamento da execução ou entrega do objeto sem motivo justificado;

13.1.5 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

- 13.1.6** fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- 13.1.7** comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 13.1.8** praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 13.1.9** praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.
- 13.2** Pela inexecução total ou parcial do objeto deste contrato, a Administração pode aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:
- 13.2.1** Advertência, por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a Contratante;
- 13.2.2** multa moratória de 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de R\$ 50,00 (cinquenta reais);
- 13.2.3** multa compensatória de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;
- 13.2.4** em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;
- 13.2.5** suspensão de licitar e impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até dois anos;
- 13.2.6.** impedimento de licitar e contratar com órgãos e entidades da União com o consequente descredenciamento no SICAF pelo prazo de até cinco anos;
- 13.2.7** A sanção de impedimento de licitar e contratar prevista neste subitem também é aplicável em quaisquer das hipóteses previstas como infração administrativa no subitem 14.1 deste Termo de Referência.
- 13.2.8** declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Contratante pelos prejuízos causados;
- 13.3** As sanções previstas nos subitens 14.2.1, 14.2.5, 14.2.6 e 14.2.7 poderão ser aplicadas à CONTRATADA juntamente com as de multa, descontando-a dos pagamentos a serem efetuados.
- 13.4** Também estão sujeitas às penalidades do art. 156, III e IV da Lei nº 14.133, de 2021, as empresas ou profissionais que:
- 13.4.1** tenham sofrido condenação definitiva por praticar, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

13.4.2 tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

13.4.3 demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

13.4.4 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à Contratada, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133, de 2021, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.

13.5. As multas devidas e/ou prejuízos causados à Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor da União, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa da União e cobrados judicialmente.

13.5.1 Caso a Contratante determine, a multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

13.6 Caso o valor da multa não seja suficiente para cobrir os prejuízos causados pela conduta do licitante, a União ou Entidade poderá cobrar o valor remanescente judicialmente, conforme artigo 419 do Código Civil.

13.7 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

13.8 Se, durante o processo de aplicação de penalidade, se houver indícios de prática de infração administrativa tipificada pela Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, como ato lesivo à administração pública nacional ou estrangeira, cópias do processo administrativo necessárias à apuração da responsabilidade da empresa deverão ser remetidas à autoridade competente, com despacho fundamentado, para ciência e decisão sobre a eventual instauração de investigação preliminar ou Processo Administrativo de Responsabilização - PAR.

13.9 A apuração e o julgamento das demais infrações administrativas não consideradas como ato lesivo à Administração Pública nacional ou estrangeira nos termos da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, seguirão seu rito normal na unidade administrativa.

13.10 O processamento do PAR não interfere no seguimento regular dos processos administrativos específicos para apuração da ocorrência de danos e prejuízos à

Administração Pública Federal resultantes de ato lesivo cometido por pessoa jurídica, com ou sem a participação de agente público.

13.11 As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF.

14 – DISPOSIÇÕES FINAIS

14.1 O edital conterà briefing específico para elaboração do Plano.

14.2 Os casos omissos serão resolvidos conforme legislação vigente.

Alagoinhas-Bahia, 02 de março de 2026.

CLEBER ROBERTO PINHO DA SILVA
Diretor Administrativo- SMT

ANEXO I.I

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Contratação de Agência de Propaganda

Órgão Requisitante: Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas-Bahia

Resumo Executivo

Este estudo técnico preliminar visa a contratação de uma agência de propaganda para melhorar a comunicação institucional da Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas-Bahia. O objetivo é assegurar a transparência e o engajamento da população por meio de campanhas publicitárias eficazes, alinhadas com os objetivos de desenvolvimento sustentável do município.

1. – DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas – SMT é responsável pela gestão do trânsito no município, atuando nas áreas de engenharia, planejamento, educação para o trânsito, operação do sistema viário, fiscalização e segurança.

Nos últimos anos, a SMT vem ampliando sua atuação para além da sinalização e fiscalização, com foco em campanhas educativas de trânsito, programas em escolas, divulgação de mudanças viárias, orientação da população sobre segurança e comunicação de serviços institucionais.

Essas iniciativas exigem comunicação estruturada e profissional, capaz de alcançar diferentes públicos com linguagem adequada. A inexistência de planejamento publicitário especializado compromete a efetividade das campanhas educativas e reduz o alcance das ações da SMT.

Assim, identifica-se a necessidade de contratação de agência de publicidade para planejamento, criação e execução das ações de comunicação institucional e educativa.

2. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

A contratação de agência de publicidade revela-se medida estratégica diante da necessidade de aprimoramento da comunicação pública desenvolvida pela Superintendência Municipal de Trânsito – SMT.

Com a ampliação das ações institucionais voltadas à engenharia de tráfego, fiscalização, educação para o trânsito, campanhas preventivas e divulgação de alterações viárias, identificou-se a necessidade de fortalecer os mecanismos de comunicação com a

população. Observa-se que parte significativa dos cidadãos não tem pleno acesso às informações relativas às intervenções no sistema viário, campanhas educativas e orientações de segurança, o que pode comprometer a efetividade das políticas públicas de mobilidade urbana.

A comunicação no âmbito do trânsito possui caráter preventivo e educativo, sendo instrumento essencial para redução de acidentes, preservação de vidas e promoção de comportamento seguro nas vias públicas. A limitação do alcance das comunicações atualmente realizadas evidencia a necessidade de diversificação e ampliação dos canais utilizados.

Para mitigar tais deficiências, torna-se imprescindível investir de forma planejada e estratégica em múltiplas plataformas de mídia, tais como rádio, internet, mídias digitais, outdoor, televisão e materiais impressos, garantindo maior capilaridade e efetividade na transmissão das informações institucionais.

Nesse contexto, a contratação de agência especializada mostra-se indispensável, pois permitirá o desenvolvimento de estratégias integradas de comunicação, com planejamento técnico, criação publicitária qualificada, adequada seleção de meios e avaliação de resultados, assegurando alinhamento às metas institucionais da SMT.

A medida contribuirá diretamente para:

- ampliar o alcance das campanhas educativas de trânsito;
- fortalecer a transparência das ações administrativas;
- melhorar a orientação à população sobre mudanças viárias;
- aumentar a efetividade das políticas públicas de segurança viária.

Assim, a contratação de agência de publicidade constitui solução adequada, necessária e proporcional ao interesse público envolvido, garantindo eficiência na aplicação dos recursos e efetividade das ações institucionais da SMT.

3. PREVISÃO NO PLANO ANUAL DE CONTRATAÇÕES

A contratação está prevista no Plano Anual de Contratações da SMT para o exercício vigente, na categoria Comunicação Institucional. Caso o órgão ainda não possua PCA formalizado, a contratação decorre de necessidade contínua da autarquia para execução de políticas públicas de trânsito.

4. BASE LEGAL

- **Lei nº 12.232/2010:** Normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade.
- **Lei nº 14.133/2021:** Regulamentação de licitações e contratos na administração pública.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A empresa contratada deverá possuir qualificação técnica compatível com serviços de publicidade, certificação CENP ou equivalente, equipe técnica mínima para planejamento, criação e mídia, e atender às exigências da Lei nº 12.232/2010.

A contratação será de 01 agência, suficiente para atender ao volume de demandas da SMT.

6. ESTIMATIVA DE QUANTIDADES

Estimativa anual baseada em campanhas médias da SMT: 3 a 4 campanhas educativas anuais, 10 a 15 peças digitais por campanha, 3 spots de rádio por campanha, 1 vídeo institucional por campanha e materiais impressos conforme necessidade.

As quantidades são estimativas para dimensionamento e poderão variar conforme necessidade administrativa.

7. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Foram analisadas as alternativas de execução interna, contratação de serviços isolados e contratação de agência. A execução interna é inviável pela ausência de equipe especializada. A contratação fragmentada é ineficiente e sem integração estratégica. A contratação de agência de publicidade é a solução mais vantajosa por permitir planejamento integrado, padronização da comunicação e controle de custos.

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

O valor estimado de R\$ 300.000,00 foi baseado em contratos similares de municípios de porte equivalente, valores da tabela Sinapro e previsão de campanhas educativas anuais. A estimativa é compatível com o porte da SMTT e com a necessidade de campanhas periódicas.

9. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

A solução escolhida consiste na contratação de 01 agência de publicidade para prestação de serviços de comunicação institucional e educativa da SMTT, em regime guarda-chuva,

conforme necessidade administrativa. Os serviços incluirão planejamento, criação, produção e mídia dentro do conceito legal de publicidade.

10. PARCELAMENTO DA CONTRATAÇÃO

Não se recomenda o parcelamento, pois a comunicação exige integração estratégica entre planejamento, criação e mídia. A contratação de uma única agência garante eficiência e coerência da comunicação institucional.

11. RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação espera-se aumento da conscientização sobre segurança no trânsito, maior alcance das campanhas educativas, melhoria da percepção pública da SMT, redução de comportamentos de risco e eficiência na aplicação de recursos públicos.

12. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS À CONTRATAÇÃO

Antes da celebração do contrato a SMT deverá elaborar briefing técnico das campanhas, designar fiscal do contrato, capacitar servidor responsável pela fiscalização e prever dotação orçamentária.

12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS

A contratação poderá se relacionar com serviços gráficos, produção audiovisual e mídia exterior, realizados conforme legislação e sob supervisão da agência.

13. IMPACTO AMBIENTAL

Será priorizado o uso de meios digitais, redução de materiais impressos e descarte adequado de materiais, sem impacto ambiental significativo.

14 .JUSTIFICATIVA DA SIMPLIFICAÇÃO

Considerando o valor estimado de R\$ 300.000,00, propõe-se simplificação proporcional da proposta técnica, com redução do número de cases e peças exigidas e limitação do tamanho do plano, garantindo competitividade e economicidade.

15. MATRIZ DE RISCO

Riscos identificados: campanhas sem efetividade por falta de planejamento, questionamentos jurídicos da licitação e dificuldade de controle de custos. Medidas mitigadoras: licitação técnica e preço, TR detalhado, fiscalização do contrato e prestação de contas obrigatória.

16. CONCLUSÃO



SUPERINTENDÊNCIA
MUNICIPAL DE
TRÂNSITO



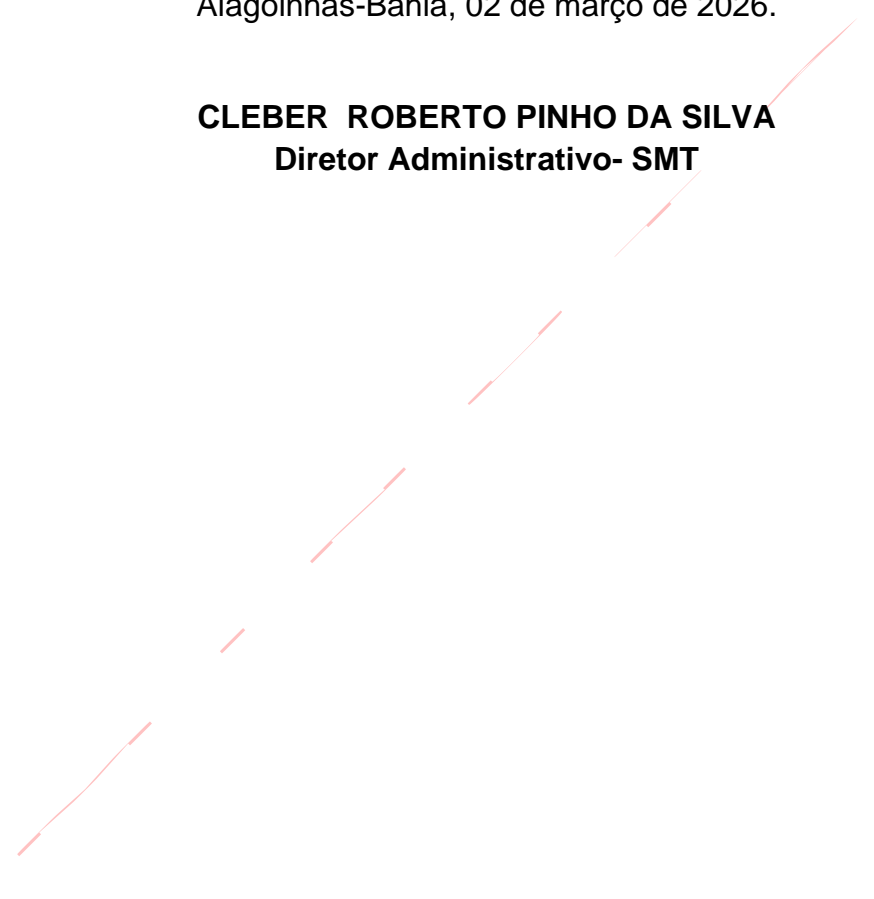
PREFEITURA
ALAGOINHAS

Alagoinhas daqui pra frente

A contratação de agência de publicidade é necessária para atender às demandas de comunicação institucional e educativa da SMTT, garantindo planejamento estratégico, eficiência e transparência. A estimativa de R\$ 300.000,00 é proporcional às necessidades do órgão e a contratação seguirá a legislação vigente.

Alagoinhas-Bahia, 02 de março de 2026.

CLEBER ROBERTO PINHO DA SILVA
Diretor Administrativo- SMT



ANEXO I.I.I

BRIEFING

DETALHAMENTO DO OBJETO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

1. INTRODUÇÃO

A Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas – SMT é responsável pelo gerenciamento do trânsito no município, atuando em engenharia de tráfego, fiscalização, operação viária e educação para o trânsito.

Em 2025, a SMT realizou ações como requalificação de faixas de pedestres, pintura de redutores de velocidade, instalação de placas de sinalização, implantação de equipamentos de segurança viária, campanhas educativas como Maio Amarelo e Semana do Trânsito, além de palestras em escolas e blitz educativas.

Mesmo com esses investimentos, persistem comportamentos de risco no trânsito e a necessidade de ampliar a conscientização da população.

2 .PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

A população ainda percebe a SMT principalmente como órgão de fiscalização, e não como órgão educativo e parceiro da segurança viária.

Principais desafios incluem acidentes envolvendo motociclistas, uso de celular ao volante, excesso de velocidade, desrespeito à faixa de pedestre e baixa percepção de risco entre jovens.

A SMT precisa ampliar a comunicação educativa com linguagem simples, popular e acessível à realidade local.

3. OBJETIVO DA CAMPANHA

Desenvolver campanha educativa para reduzir comportamentos de risco no trânsito e fortalecer a cultura de segurança viária em Alagoinhas.

Objetivos específicos incluem incentivar o uso de capacete e cinto, reduzir o uso de celular ao volante, aumentar o respeito à sinalização, conscientizar jovens e motociclistas e fortalecer a imagem educativa da SMTT.

4. PÚBLICO-ALVO

População do município de Alagoinhas, incluindo sede urbana e zona rural, com atenção especial a motociclistas, jovens condutores e motoristas em geral.

5. ÁREA GEOGRÁFICA

Município de Alagoinhas – Bahia.

6. TOM DA CAMPANHA

A campanha deverá utilizar linguagem simples, popular e acessível, com abordagem educativa e não punitiva, buscando identificação da população com a mensagem e valorização da preservação da vida no trânsito.

7. ORÇAMENTO DA CAMPANHA

O orçamento máximo para execução da campanha proposta é de R\$ 100.000,00, incluindo produção e mídia.

A estratégia apresentada deverá ser compatível com esse limite financeiro.

8. MEIOS POSSÍVEIS

A campanha poderá utilizar rádio, redes sociais, vídeos curtos, TV Subaé, outdoor, busdoor, materiais impressos, ações educativas presenciais e tráfego pago em plataformas digitais.

A escolha dos meios deverá considerar alcance real da população do município e relação custo-benefício.

9. PRAZO

A campanha deverá ter duração de 30 dias após aprovação do plano.

A data hipotética de início fica a critério da agência proponente.

10. ENTREGAS DA PROPOSTA

A agência deverá apresentar Plano de Comunicação Publicitária contendo raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa e estratégia de mídia, conforme orientações do edital, sem necessidade de layouts finalizados.

11. INDICADORES DE RESULTADO

A campanha deverá considerar indicadores como alcance da comunicação, engajamento digital, participação em ações educativas e percepção pública da SMT.



ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência Pública Presencial nº 001/2026**

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais

ANEXO III MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de Contratação

Referente Concorrência Pública Presencial nº 001/2026 – Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas - Ba

1. Preços sujeitos a valoração

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

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;% (.....por cento);

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;% (.....por cento);

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à

implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <se for o caso> cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.2 Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO ADMINISTRATIVO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM A SUPERINTENDÊNCIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO – SMT E A EMPRESA

CONTRATO Nº / 2026

A SUPERINTENDÊNCIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO – SMT, Autarquia Municipal, inscrita no CNPJ nº _____, com sede em _____, neste ato representada por seu Superintendente, doravante denominada CONTRATANTE, e a empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, com sede em _____, doravante denominada CONTRATADA, resolvem celebrar o presente Contrato, decorrente da Licitação nº ____/2026, tipo técnica e preço, mediante as cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato rege-se pela Lei nº 14.133/2021, Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/1965, normas do CENP, Constituição Federal e demais disposições aplicáveis.

1.2 Integram este contrato, independentemente de transcrição:

- I – Edital e anexos;
- II – Termo de Referência;
- III – Proposta técnica e de preços da CONTRATADA;
- IV – Demais documentos do processo administrativo.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública para a SMT, compreendendo estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos de divulgação.

2.2 Não estão incluídos serviços de assessoria de imprensa, eventos ou atividades estranhas ao conceito legal de publicidade.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O prazo de vigência será de 12 (doze) meses, contados da assinatura, podendo ser prorrogado na forma da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor global estimado é de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

4.2 Os recursos correrão por conta da dotação orçamentária nº _____.

4.3 O valor é estimativo, sendo executado conforme demandas autorizadas.

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- I – Executar os serviços conforme Termo de Referência e proposta aprovada;
- II – Apresentar previamente à aprovação da CONTRATANTE todas as peças e planos de

mídia;

III – Apresentar, para produção externa, no mínimo 03 orçamentos válidos;

IV – Assumir responsabilidade civil por danos causados;

V – Manter regularidade fiscal e trabalhista durante a execução;

VI – Cumprir prazos estabelecidos;

VII – Garantir vedação à promoção pessoal de autoridades;

VIII – Refazer serviços com falhas sem ônus adicional.

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

I – Fornecer briefing e informações necessárias;

II – Designar fiscal do contrato;

III – Autorizar previamente as campanhas;

IV – Efetuar pagamentos conforme condições pactuadas;

V – Aplicar penalidades quando cabíveis.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 A execução será acompanhada por fiscal designado, nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021.

7.2 Nenhum serviço será considerado aceito sem aprovação formal.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1 A remuneração da CONTRATADA ocorrerá conforme Lei nº 12.232/2010, compreendendo:

I – Honorários incidentes sobre custos de produção;

II – Percentual sobre serviços internos;

III – Remuneração por planejamento e criação, quando previsto.

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 A CONTRATADA fará jus ao desconto-padrão concedido pelos veículos de comunicação, nos termos da Lei nº 4.680/1965.

9.2 O desconto será destinado à agência conforme normas aplicáveis.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

10.1 Os direitos patrimoniais das peças produzidas serão cedidos à CONTRATANTE após pagamento.

10.2 A CONTRATADA responsabiliza-se pela regularidade dos direitos autorais de terceiros.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 O pagamento será realizado mediante:

I – Nota fiscal;

II – Comprovação da execução;

III – Regularidade fiscal.

11.2 O prazo de pagamento será de até 30 dias após liquidação da despesa.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1 Poderá ser exigida garantia de até 5% do valor estimado do contrato, nos termos do art. 96 da Lei nº 14.133/2021.

12.2 A garantia poderá ser prestada em caução, seguro-garantia ou fiança bancária.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 Em caso de infração contratual poderão ser aplicadas:

I – Advertência;

II – Multa;

III – Impedimento de licitar e contratar;

IV – Declaração de inidoneidade, conforme arts. 155 a 163 da Lei nº 14.133/2021.

13.2 Será assegurado contraditório e ampla defesa.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 O contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas nos arts. 137 a 139 da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A execução contratual observará os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

15.2 É vedada a veiculação de publicidade com promoção pessoal de agentes públicos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1 Fica eleito o foro da Comarca de Alagoinhas – Bahia para dirimir quaisquer controvérsias oriundas deste contrato.

Alagoinhas -BA , _____ de _____ de 2026.

Superintendente da Superintendência Municipal de Trânsito de Alagoinhas- Bahia

representante legal da contratada