

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026
CONCORRÊNCIA Nº 004-2026**

T I P O – TÉCNICA E PREÇO

O MUNICÍPIO DE IBIRAPUÃ, Estado da Bahia, por meio da Agente de Contratação, torna pública e dá ciência aos interessados que fará realizar licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL, tipo TÉCNICA E PREÇO, que objetiva a Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade e comunicação institucional, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada que tenham por objetivo o estudo, planejamento, concepção, criação, execução, distribuição e controle de veiculação de campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, CONFORME DESCRIÇÕES E CONDIÇÕES CONTIDAS NESTE EDITAL E SEUS ANEXOS.

DATA DA SESSÃO PÚBLICA: 30/07/2026.

HORÁRIO: 09h00

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA: Prefeitura Municipal de Ibirapua, situado na Praça Lourival Pereira Barros, Centro – CEP: 45940-000, Ibirapua/BA.

INFORMAÇÕES: <https://www.ibirapua.ba.gov.br/>

ASSUNTO	
01	DO OBJETO
02	DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
03	DA REMUNERAÇÃO PELA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS
04	DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO
05	DO CREDENCIAMENTO:
06	DA APRESENTAÇÃO E DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS
07	DA HABILITAÇÃO DA LICITANTE VENCEDORA NO JULGAMENTO TÉCNICO E DE PREÇO
08	DAS PROPOSTAS
09	DA PROPOSTA TÉCNICA
10	ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
11	JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA
12	DA PROPOSTA DE PREÇOS
13	JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS
14	DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
15	DAS IMPUGNAÇÕES E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS
16	DA CONTRATAÇÃO E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO
17	DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
18	DO REAJUSTE DO VALOR CONTRATADO
19	DA RESCISÃO E DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL
20	DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS
21	DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO
22	DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
23	DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

PARTE INTEGRANTE DO EDITAL

Integram este Edital os seguintes anexos:

ANEXO I	BRIEFING
ANEXO II	MINUTA DE CONTRATO
ANEXO III	PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO
ANEXO IV	MODELO DE CREDENCIAMENTO
ANEXO V	DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENOR
ANEXO VI	MODELO DE PROCURAÇÃO
ANEXO VII	TERMO DE ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES DO EDITAL
ANEXO VIII	MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO ME/EPP
ANEXO IX	RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL
ANEXO X	TERMO DE REFERÊNCIA



EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ** por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO**, neste ato representado pela Agente de Contratação designada pela Portaria nº 102/2025 de 02 de janeiro de 2025, torna público aos interessados que realizará licitação, na modalidade: Concorrência, **TIPO TÉCNICA E PREÇO**. O objetivo é a contratação de agências de propaganda e comunicação digital, incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para as ações, serviços, obras, eventos internos e externos, divulgações de caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social da Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, sites, TV, rádio, dentre outros, segundo disposições da legislação vigente, em especial o artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil que prevê *“A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverão ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal, de autoridades ou servidores públicos* e o artigo 85 da mesma Carta Magna. Também, no tocante a normas gerais, a **Lei Federal nº 12.232/2010** *(a qual dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda)*, com a aplicação complementar da **Lei Federal nº 14.133/2021**, além das disposições específicas contidas na **Lei Federal nº 4.680**, de 18 de junho de 1965, *(a qual dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda)*, o **Decreto Federal nº 57.690**, de 01 de fevereiro de 1966 *(o qual aprova a execução da Lei 4.680/65)*, com as alterações do **Decreto nº 4.563**, de 31 de dezembro de 2002 *(a qual altera o Regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690)*. Incluindo ainda as normas-padrão da atividade publicitária e do relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, bem como Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, os princípios administrativos próprios da modalidade Concorrência: universalidade, ampla publicidade, habilitação preliminar e julgamento por comissão e legislações correlatas, em sua atual redação, bem como pelas condições estabelecidas no Edital a que o contrato faz parte e seus anexos e, aos termos da proposta vencedora, mediante os itens e as condições que seguem:

Os envelopes contendo as Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação, serão recebidos no dia, local e horário mencionados no preâmbulo e abertos pela Agente de Contratação conforme procedimentos descritos neste Edital.

ORGÃO REQUISITANTE: SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO DE IBIRAPUÃ/BA
MODALIDADE DE LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 004-2026
TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO

DA JUSTIFICATIVA DA ADOÇÃO DA FORMA PRESENCIAL

A Administração adota a forma presencial para a realização do presente certame em razão das peculiaridades jurídicas, técnicas e procedimentais do objeto licitado, consistente na contratação de serviços de publicidade institucional, submetidos ao regime especial da Lei nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei nº 14.133/2021.

A opção pela sessão presencial não decorre de conveniência administrativa arbitrária, nem de preferência discricionária destituída de fundamento. Trata-se de escolha motivada, vinculada às especificidades do procedimento licitatório aplicável aos serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, cuja dinâmica não se compatibiliza, de modo automático e integral, com a lógica simplificada dos ambientes eletrônicos voltados, em regra, à recepção padronizada de propostas e lances.

O objeto da contratação apresenta acentuada complexidade técnica, heterogeneidade material e predominância intelectual, abrangendo atividades integradas de planejamento, criação, concepção de campanhas, desenvolvimento de soluções de comunicação, produção de peças, estratégia de mídia, intermediação de veiculação e supervisão da execução contratual. Em razão dessa natureza, a licitação demanda procedimento que assegure não apenas competitividade, mas também segurança na prática dos atos presenciais de recebimento, guarda, abertura, conferência, registro e encadeamento formal das propostas e documentos, nos termos da legislação especial de regência.

A forma presencial revela-se, no caso concreto, a mais adequada para preservar a integridade material da sessão pública, especialmente em etapas que exigem controle rigoroso da entrega física de invólucros, conferência formal de conteúdos, rastreabilidade da sequência procedimental, atuação simultânea da comissão, acompanhamento direto pelos licitantes e lavratura circunstanciada dos atos em ambiente público e imediatamente verificável. Nessas condições, a presencialidade funciona como instrumento reforçado de segurança jurídica, transparência procedimental e controle externo e social, reduzindo incertezas quanto ao recebimento, autenticidade, integridade e cronologia dos atos praticados.

A adoção do formato presencial também se justifica pela necessidade de prevenir controvérsias sobre:

- tempestividade da entrega de documentos;
- integridade de invólucros e conteúdos apresentados;
- cadeia de custódia do material submetido à análise;
- regularidade da abertura e conferência;
- correspondência entre os elementos apresentados e os efetivamente examinados pela comissão;
- eventual ocorrência de falhas tecnológicas, indisponibilidades sistêmicas, inconsistências de upload, incompatibilidades de arquivo ou dúvidas quanto à identificação, recepção e processamento de documentos e propostas.

Em licitação dessa natureza, tais aspectos não são periféricos. Ao contrário, constituem dimensão central da regularidade procedimental e da própria confiabilidade do certame. Por isso, a Administração, no exercício do dever de planejamento e motivação, concluiu que a sessão presencial oferece ambiente mais seguro, auditável e controlável para a condução dos atos, permitindo fiscalização direta pelos interessados, controle concomitante pela comissão e redução do risco de impugnações futuras fundadas em vícios formais ou questionamentos sobre a higidez do procedimento.

A escolha do formato presencial, ademais, não compromete a competitividade, desde que preservadas as condições de ampla participação, publicidade prévia, clareza do edital, prazos adequados e regras objetivas de habilitação e julgamento. Ao contrário, a presencialidade, no contexto específico deste certame, reforça a confiança dos participantes na lisura da sessão, na visibilidade dos atos e na verificabilidade imediata de cada etapa procedimental.

Também não se pode sustentar, validamente, que a adoção de meio virtual seja imposição automática e universal para toda e qualquer licitação. A utilização de plataforma eletrônica deve ser analisada à luz da legislação aplicável, da natureza do objeto e da adequação procedimental ao caso concreto. Quando a Administração demonstra, de modo motivado, que a forma presencial é a que melhor atende à segurança do rito, à transparência material da sessão e à integridade dos atos, a opção mostra-se juridicamente legítima, desde que fundada em razões objetivas, proporcionais e relacionadas ao interesse público — exatamente como ocorre no presente caso.

Dessa forma, a Administração demonstra que a adoção da forma presencial decorre de decisão devidamente motivada, proporcional e tecnicamente adequada às peculiaridades do objeto licitado e ao rito especial previsto na Lei nº 12.232/2010, observando os princípios da legalidade, transparência, segurança jurídica, competitividade, motivação, interesse público e controle dos atos administrativos.

1 – DO OBJETO

1.1 – A finalidade da presente licitação é a contratação de agência de publicidade, para executar os serviços de publicidade e comunicação digital, incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para as ações, serviços, obras, eventos internos e externos, divulgações de caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, sites, TV, rádio, dentre outros, compreendendo:

1.1.1 – Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (Criação) e o estudo dos meios e veículos que, seguindo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia);

1.1.2 – Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia);

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

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

1.1.5 – Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado;

1.1.6 – Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas. As pesquisas citadas neste item terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação, e possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias a serem realizadas durante a execução do contrato;

1.1.7 – A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.1.8 – Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

1.1.9 – Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações nos veículos descritos no *caput* deste item.

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

1.3 - Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada agência de propaganda, doravante denominadas LICITANTE.

1.4 - O prazo para a execução dos serviços objeto desta Licitação e a vigência do contrato é de 6 (seis) meses, a contar da data da assinatura contratual, podendo ser prorrogado, se houver interesse das partes, até o limite decenal.

1.5 - Fica vedada a subcontratação de outras agências de propaganda para prestação de consultoria, visando a elaboração dos serviços fins previstos no item 1 do presente edital.

2 – DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

2.1 – O valor global estimado para gastos com os serviços objeto da presente concorrência é de R\$ 182.054,40 (cento e oitenta e dois mil, cinquenta e quatro reais e quarenta centavos), para um período de 6 (seis) meses.

2.1.1 – A estimativa de R\$ 182.054,40 (cento e oitenta e dois mil, cinquenta e quatro reais e quarenta centavos), constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação pelo não uso do total da verba;

2.2 - A proponente que vier a ser contratada atuará de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, por intermédio da Chefe de Gabinete.

2.3 - Os recursos para pagamento pelos serviços prestados, Objeto desta concorrência, advirão de acordo com a dotação orçamentaria específica constante no presente processo conforme:

0201 – Gabinete do Prefeito

2007 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais - Gab. do Prefeito

33903900 – 15000000 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 152.015,40

0601 - FUNDO MUNICIPAL DE SAUDE

2036 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – FMS

33903900 - 15001002 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 10.013,00

0701 - UNIDADE DE EDUCAÇÃO

2050 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – Educação

33903900 - 15001001 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 20.026,00

2.4 - O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação da Chefia de Gabinete da Prefeita que decidirá quanto à sua aprovação.

2.4.1 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.

2.4.2 A agência contratada nos termos da Lei nº 12.232/2010 só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta da Prefeitura Municipal de Ibirapua, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizado.

3 - DA REMUNERAÇÃO PELA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

3.1 - A execução desses serviços será remunerada de acordo com o que preceitua as normas da atividade publicitária da seguinte maneira:

- I. Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidentes sobre o valor da mídia efetivamente negociada.
- II. Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros fornecedores de bens e/ou serviços, decorrentes do estudo ou de criação intelectual das agências contratadas.
- III. Pela taxa de 5% (cinco por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros fornecedores de bens e/ou serviços quando a responsabilidade da Agência limitar se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.
- IV. Para os custos internos o valor será calculado de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia – SINAPRO/BA nos trabalhos desenvolvidos internamente pelas Agências contratadas.

4 – DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Somente poderão participar deste certame as licitantes legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de HABILITAÇÃO estabelecidas no item 7 deste Edital e que estiverem operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65, e do Decreto nº 57.690, de 01.02.66.

4.2 – Não poderão participar direta ou indiretamente desta licitação:

- 4.2.1 – Empresas que estejam suspensas de licitar ou impedidas de contratar com a administração pública direta ou indireta;
- 4.2.2 – Empresas sob falência, concurso de credores, dissolução e liquidação;
- 4.2.3 – Empresas que, por qualquer motivo, tenham sido suspensas de licitar ou declaradas inidôneas por qualquer Órgão da Administração Pública Direta ou Indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- 4.2.4 – Pessoas físicas ou empresas em regime de subcontratação, ou ainda em regime de Consórcio;
- 4.2.5 – Empresas que, a qualquer tempo, possuam restrições quanto à capacidade técnica ou operativa, personalidade jurídica, idoneidade financeira e regularidade fiscal;
- 4.2.6 – Empresas que não sejam especializadas na prestação de serviços Objeto desta Licitação.

4.3 - Não será permitida a subcontratação de outras Agência de propaganda, bem como dar em garantia ou vincular, de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica sem a prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA por intermédio da Chefia de Gabinete da Prefeita.

4.4 - Não serão aceitas pela Agente de Contratação quaisquer substituições aos documentos exigidos sob o título de “protocolo”.

4.5 - Os documentos apresentados sob forma de cópia reprográfica deverão ser devidamente autenticados por Cartório competente, por publicação em órgão da Imprensa Oficial ou por servidor desta Administração, conforme preceitua o caput do artigo art. 62, da Lei nº 14.133/2021.

4.6 - Todos os documentos serão gravados em língua portuguesa. No caso de origem estrangeira deverão vir acompanhados de tradução juramentada.

4.7 - Não serão considerados quaisquer documentos e propostas entregues em local, horário e forma diferentes, dos critérios estabelecidos neste Edital, bem como encaminhados por fac-símile ou internet.

4.8 – A participação na Licitação implica na aceitação integral e irrestrita das condições aqui estabelecidas e é considerada como uma declaração de que a licitante atende a todos os requisitos de qualificação exigidos neste Edital, para tanto deverá ser preenchido o Termo de Aceitação das Condições do Edital de Licitação, Anexo VII constante nos anexos do presente Edital, que deverá ser apresentado junto com o Credenciamento.

4.9 - Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, e para todos os demais atos desta Licitação, as Licitantes se farão representar por procurador com poderes específicos ou por seu representante legal, que deverão se credenciar na forma do item 5 deste Edital.

4.9.1 - Nenhum interessado poderá participar da presente Licitação representando mais de uma Licitante;

4.9.2 - O não credenciamento do representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela Licitante;

4.9.3 - Fica assegurado às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos no item 5 deste Edital, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

5 – DO CREDENCIAMENTO

5.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Agente de Contratação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, credenciando apenas um representante legal a se manifestar, em qualquer fase desta Licitação, em nome da empresa, devendo este exibir a cédula de identidade e/ou Carteira Nacional de Habilitação, Identidade Profissional (CREA, CRC, OAB, entre outros) no ato programado para a entrega dos INVÓLUCROS com as Propostas Técnica e de Preços.

5.1.1 Considerar-se-á legítimo representante da licitante, nas sessões desta Concorrência, aquele que detiver amplos poderes para tomar quaisquer decisões relativamente a todas as fases, inclusive renúncia de interposição de recursos, devendo, para tanto apresentar documento de identificação com fé pública, acompanhado de um dos seguintes documentos:

5.1.2 Instrumento particular de procuração, assinado pelo representante legal da empresa (Anexo IV).

5.1.3 A procuração particular deverá vir acompanhada de cópia autenticada do ato constitutivo e da última alteração contratual, para fins de comprovação dos poderes para constituir representantes.

5.1.4 A não apresentação desses documentos será fator impeditivo à atuação do representante nos procedimentos do presente certame.

5.1.5 Caso tratando-se de diretor, sócio ou proprietário da empresa licitante que comparecer ao local, deverá comprovar a representatividade por meio da apresentação: de Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social, do documento de eleição de seus administradores, devidamente registrados na Junta Comercial ou no Cartório de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, com certidão ou cópia dela, de que não houve alteração posterior na representatividade da licitante, acompanhado do documento de identidade que será entregue após a conferência.

5.2 – A licitante será responsável pelas declarações de seu preposto.

5.3 – As licitantes cujos envelopes não forem apresentados por representantes legais ou por procuradores e/ou credenciados ficarão impedidas de manifestar intenção de interposição de recurso ou praticar demais atos pertinentes ao certame.

5.4 - 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.

5.5 - Em todas as fases desta Concorrência será admitido apenas um representante por licitante e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma licitante.

6 – DA APRESENTAÇÃO E DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

6.1 – No dia, local e horário estabelecidos neste Edital, as licitantes interessadas entregarão as propostas técnicas e de preços ao Presidente da Agente de Contratação em 04 (quatro) envelopes fechados contendo cada um, além do nome, razão social e endereço da licitante (exceto o ENVELOPE “A”), a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado. Um quinto envelope, denominado ENVELOPE “E”, com os documentos de Habilitação somente será entregue pela licitante cuja proposta seja classificada após seu julgamento. A AGENTE DE CONTRATAÇÃO da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA fará a convocação para a apresentação do referido envelope oportunamente.

6.1.1 – ENVELOPE “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA NÃO IDENTIFICADA.

Este ENVELOPE não poderá conter qualquer marca ou identificação externa ou interna em seu conteúdo.

6.1.2 – ENVELOPE “B” – PLANO DE COMUNICAÇÃO IDENTIFICADO

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “B”



Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de
Mídia e Não Mídia)

Nome empresarial e CNPJ da licitante

6.1.3 – ENVELOPE “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS.

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “C”

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

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

6.1.4 – ENVELOPE “D” – PROPOSTA DE PREÇOS

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “D”

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

6.1.5 – ENVELOPE “E” – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – SOMENTE PARA LICITANTES CLASSIFICADA APÓS JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “E”

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

6.2 – Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA ENVELOPE “A”, que não deverá ser identificado.

6.3 – O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA será apresentado no Envelope “A”, sem a identificação da empresa, sob pena de DESCLASSIFICAÇÃO.

6.4 – O conteúdo do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, indicado no item 9.1.1.1, deverá ser acondicionado em envelope obrigatoriamente fornecido pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO, a pedido da Licitante.

6.5 – É vedada a aposição, neste envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, inclusive etiquetas.

6.6 – Havendo qualquer sinal de identificação no ENVELOPE “A”, nenhum Envelope será recebido e a Licitante ficará impedida de participar do certame, registrando-se em Ata.

6.7 – O Envelope a ser fornecido pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO será retirado pela licitante na Prefeitura Municipal de Ibirapua, Sala de licitações e contratos no seguinte endereço: Praça Lourival Pereira Barros, s/n, Centro – Ibirapua/BA.

6.8 – Apenas o ENVELOPE “A” - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA será fornecido pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO, devendo a licitante providenciar os demais envelopes necessários.

6.9 – Não serão aceitos pela Agente de Contratação quaisquer documentos ou envelopes que sejam encaminhados para o endereço eletrônico e-mail licitacaoibirapua@gmail.com ou que cheguem fora do horário estabelecido na pag. 01 do presente Edital, para o seu recebimento.

6.10 - A Agente de Contratação receberá os envelopes integrantes das “Propostas Técnica” e da “Proposta de Preços”, chamando à mesa o representante legal para apresentação do seu documento de identidade juntamente com o credenciamento.

6.11 – Os envelopes, com exceção do Envelope “A”, serão rubricados pelos representantes presentes e ficarão sob a guarda e responsabilidade da Agente de Contratação.

6.12 – Após a realização do credenciamento, que indicará os representantes das Licitantes durante o certame, a Agente de Contratação efetuará a abertura do Envelope “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, sem lançar no mesmo nem em seu conteúdo qualquer marca, código ou numeração. Os documentos do referido envelope poderão ser grampeados pela comissão e o envelope lacrado.

6.13 – Na mesma reunião de abertura do Envelope “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA ocorrerá a abertura do Envelope “C” - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO E TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS, ocasião em que todas as páginas serão rubricadas pelos membros da Comissão e por todos os representantes das licitantes presentes ou por comissão formada com os representantes, para posterior análise técnica pela Subcomissão.

6.14 – Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via APÓCRIFA do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores. A desclassificação também ocorrerá caso conste no Envelope “C” qualquer elemento que possa identificar a autoria da proposta apócrifa.

6.15 - Após a abertura dos invólucros “A” e “C” da Proposta Técnica, e os vistos da Agente de Contratação e dos licitantes, a seção será suspensa para o julgamento destas propostas pela “Subcomissão Técnica” e será lavrada ata contendo os apontamentos dos licitantes, se houver.

6.16 – A análise dos documentos constantes dos Envelopes “A” e “C” pela Subcomissão Técnica dar-se-á em sessão reservada.

6.16.1 – Os membros da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

6.16.2 - Em caso de ocorrer diferença entre a maior e a menor pontuação superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a cada um dos quesitos com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

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

6.17 – Após o término do julgamento do conteúdo dos Envelopes “A” e “C”, o resultado será enviado às empresas via e-mail, na oportunidade em que também será divulgada a data, hora e local para a abertura do Envelope “B”.

6.17.1 – A sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “B” – PLANO DE COMUNICAÇÃO IDENTIFICADO tem a finalidade de confrontar a via sem identificação, constante do Envelope “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, com a via identificada, mantida em sigilo, constante do Envelope “B”.

6.17.2 – Nessa sessão serão processadas as notas técnicas dos Envelopes “A” e “C”, correlacionando-as com a identificação da licitante, consolidando as notas finais da Proposta Técnica.

6.17.3 - Será lavrada ata da seção, abrindo-se prazo recursal caso os licitantes não abram mão por escrito deste direito.

6.18 – Havendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta técnica, a Comissão poderá realizar, a seu exclusivo critério, a abertura dos Envelopes “D” - PROPOSTA DE PREÇOS nessa mesma sessão, cujo conteúdo será rubricado pelos membros da Comissão e licitantes presentes.

6.19 – Não ocorrendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado da classificação de propostas técnicas, será aberto prazo recursal e, depois de julgados os recursos eventualmente interpostos, dar-se-á a abertura dos Envelopes “D” – PROPOSTA DE PREÇOS, em data, hora e local a ser divulgada pela Agente de Contratação e enviados às empresas via e-mail.

6.20 – A Agente de Contratação poderá suspender a sessão para análise mais acurada das PROPOSTAS DE PREÇOS. Após análise das referidas propostas marcará data de sessão para divulgação dos resultados comunicando às empresas via e-mail.

6.21 – Na data marcada pela comissão haverá a divulgação do resultado da análise das Propostas de Preços. Havendo renúncia expressa de todas as licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta de preços, a Agente de Contratação Convocará as licitantes que tiverem sua proposta classificada a apresentar o Envelope “E” – HABILITAÇÃO.

6.22 – Não ocorrendo renúncia expressa de todas as licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado de julgamento da Proposta de Preços, será aberto prazo recursal e, depois de julgados os recursos eventualmente interpostos, dar-se-á a convocação para apresentação do Envelope “E” de HABILITAÇÃO, sendo a referida convocação realizada à empresa via e-mail.

6.23 – Na data e hora marcada através da convocação descrita no item acima a Agente de Contratação receberá o Envelope “E” – HABILITAÇÃO das licitantes que tiverem sua proposta classificada. O Envelope e os documentos recebidos serão numerados e rubricados pela Agente de Contratação e representante presente.

6.24 – A Agente de Contratação poderá, a seu critério, suspender a sessão para análise dos Documentos de Habilitação, e divulgar posteriormente o resultado à empresa via e-mail, ocasião em que será aberto o prazo recursal.

6.25 – Não havendo recurso ou após o julgamento do mesmo será adjudicado o Objeto da presente licitação as licitantes que obtiverem a classificação.

6.26 – Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

6.27 – O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica ou o confronto com as condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório implicará na desclassificação da proposta.

6.28 - Não serão CONSIDERADAS quaisquer informações ou declarações apresentadas em um envelope que deveriam constar em outro.

6.29 - Os Envelopes de Propostas Técnicas “B” e de Preços “D” das Licitantes que não forem classificadas ficarão sob a guarda da Agente de Contratação, até a assinatura do Contrato, quando então estarão à disposição das empresas para retirá-los no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, após o qual serão dilacerados sem quaisquer formalidades;

6.30 - Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 90 (noventa) pontos.

7 - DA HABILITAÇÃO DAS LICITANTES VENCEDORAS NO JULGAMENTO TÉCNICO E DE PREÇOS

7.1.1. Habilitação Jurídica

- a) Ato constitutivo, Estatuto ou Contrato social devidamente registrado na forma da lei, em vigor, ou último aditivo consolidado;
- b) No caso de sociedade por ações e sociedades comerciais, os documentos deverão ser apresentados acompanhados de documentos da ata da assembleia que elegeu de seus atuais administradores;
- c) Registro comercial, no caso de empresa individual, perante a Junta Comercial, da sede ou domicílio da Licitante;

- d) No caso de sociedades civis, inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- e) Decreto de autorização, em se tratando 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;
- f) Documento de identidade dos responsáveis legais da Licitante.

7.1.1.1. Da documentação mencionada acima, deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividade da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência.

7.1.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) Certificado de Registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), expedido pela Receita Federal;
- b) Certificado de Regularidade de Situação - CRS, relativo ao FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal, em vigor, na data de apresentação dos documentos de habilitação;
- 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) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, emitida pelo Tribunal Superior do Trabalho;
- e) Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Estaduais e à Dívida Ativa do Estado;
- f) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Estaduais e à Dívida Ativa do Estado, da sede da licitante;
- g) Certidão Negativa de Tributos do Município, expedida pela Secretaria da Fazenda do Município da sede da LICITANTE;
- h) Prova de Inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, se houver, da sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência.
- i) Declaração da licitante, comprovando o fiel cumprimento das recomendações trazidas pelo Artigo 7º da Constituição Federal, em seu inciso XXXIII, isto é que não utiliza trabalho de menores de 18 (dezoito) anos na execução de serviços perigosos ou insalubres, nem de menores de 16 (dezesesseis) anos para trabalho de qualquer natureza, de acordo com o Anexo V deste instrumento.

7.1.2.1. As certidões mencionadas nas alíneas “a” a “i” poderão ser apresentadas através de certidões obtidas pela internet, ou da forma usual, emitida diretamente pelas mencionadas repartições.

7.1.2.2. As certidões que não apresentarem prazo de validade serão consideradas válidas pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados da data da respectiva emissão.

7.1.2.3. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta tenha alguma restrição.

7.1.2.4. Havendo restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 02 (dois) dias úteis, contados a partir do momento em que o proponente for declarado vencedor, prorrogável por igual período, a critério da Agente de Contratação, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento de débito e emissão de eventuais certidões negativas.

7.1.2.5. A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem 7.1.2.5. Implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, sendo facultado à CONTRATANTE convocar a LICITANTE remanescente na ordem de classificação, para a assinatura do contrato.

7.1.3. Qualificação Técnica

- a) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em característica, com o objeto da licitação, mediante a apresentação de declaração(ões), expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou a declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência;
- b) Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP (Parágrafo 1º do artigo 4º da Lei 12.232/10);

7.1.4. Qualificação Econômico-Financeira

- a) Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, cuja pesquisa tenha sido realizada em data não anterior a **30 (trinta) dias** da data prevista para a apresentação dos envelopes.
- b) Certidão negativa de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;
 - b.1) Nas hipóteses em que a certidão encaminhada for positiva, deve o licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor.
- c) Comprovação de capital social mínimo ou de patrimônio líquido mínimo de **5%** sobre o valor do contrato, de acordo com o seu último balanço patrimonial e demonstrações contábeis ou atendimento aos Índices de Liquidez e Endividamento previstos no item d.3 deste edital.
- d) **Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais**, observada a exceção disposta no parágrafo 6º. do artigo 69 da lei n. 14.133/21, com os respectivos termos de abertura e encerramento, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devidamente registrados no órgão competente e assinados por contador; podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.
 - d.1) Nos casos de empresas recém-constituídas, com tempo de atividade inferior a 01 (um) ano, a alínea “d” deverá ser substituída por balanço de abertura, devidamente registrado ou autenticado no órgão competente e assinado por contador;
 - d.2) Nos casos de sociedades regidas pela Lei Federal nº 6.404/76 (sociedade anônima), deverá ser apresentado através de publicação em Diário Oficial, na hipótese de ser legalmente obrigatório para a licitante;
 - d.3) A boa situação financeira de todas as licitantes será avaliada pelos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1,00 (um), e índice de Endividamento Total (ET), igual ou menor a 0,50, resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial, apresentados em documento específico, assinado pelo representante legal da empresa e contador, registrado no Conselho Regional de Contabilidade (CRC), devidamente identificados:

- **LC (Índice de Liquidez Corrente)**

$$LC = \frac{AC}{PC}$$

Onde: **AC** = Ativo Circulante / **PC** = Passivo Circulante

- **LG (Índice de Liquidez Geral)**

$$LG = \frac{AC + RLP}{PC + ELP}$$

Onde: **AC** = Ativo Circulante, **RLP** = Realizável a Longo Prazo, **PC** = Passivo Circulante, **ELP** = Exigível a Longo Prazo

- **ET (Índice de Endividamento Total)**

$$ET = \frac{PC + ELP}{AT}$$

- Onde: **PC** = Passivo Circulante, **ELP** = Exigível a Longo Prazo, **AT** = Ativo Total

7.1.5. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

a) Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, de que se não emprega mão-de-obra de menor, e de inexistência de fato impeditivo (cf. art. 14 da Lei 14.133/21) conforme modelo sugerido no **Anexo V**;

b) Declaração formal do licitante afirmando ser Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte ou equiparado, quando couber e que cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n. 123/2006, bem como os requisitos dispostos nos parágrafos 1º. Ao 3º. Do artigo 4º. Da lei 14.133/21.

c) Declaração de Inexistência de Fatos Superveniente

7.1.5.1. Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

- a) Em nome da licitante e com o nº do CNPJ e endereço respectivo;

- b) Todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, conforme o caso, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz; e
- c) Não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

7.2. Será inabilitada a licitante que deixar de apresentar qualquer um dos documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com as exigências previstas neste Edital.

8 - DAS PROPOSTAS

8.1 – As propostas deverão ser apresentadas nos envelopes “A”, “B”, “C” e “D”, na forma prevista no item 6 e deverão atender os seguintes requisitos:

8.1.1 – Serem redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre e o nome da proponente, a referência a esta licitação, endereço completo, número do telefone e endereço eletrônico – e-mail, quando existente, com exceção do Envelope “A” – **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação;**

8.1.2 – Serem entregues no local, dia e hora estabelecidos neste Edital;

8.1.3 – Terem as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas e carimbada em sua página final, bem como rubricadas em todas as demais folhas pelo representante legal da licitante, com exceção do Envelope “A” - **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação;**

8.1.4 – Terem indicação, no envelope “D”, de que o prazo de validade não será inferior a 60 (sessenta) dias contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que, na omissão, será considerado esse prazo;

8.1.5 – Deverão ser indicados na proposta de preços os nomes e cargos dos representantes legais que assinarão o Contrato, em obediência à disposição contida em seus documentos constitutivos, endereço completo da sede da Licitante, telefone e e-mail, se houver.

8.1.6 – Declaração de que a licitante dispõe de estrutura operacional apta ao atendimento das demandas da contratante, comprometendo-se a garantir suporte por meio de uma das seguintes formas: sede, escritório, representante local ou atendimento remoto com disponibilidade para atendimento presencial no Município de Ibirapua/BA, sempre que solicitado.

8.1.6.1 – Caso a licitante não possua, no momento da apresentação da proposta, sede, escritório ou representante local no Município de Ibirapua/BA, deverá declarar que providenciará sua instalação ou disponibilização no prazo máximo de 15 (quinze) dias contados da assinatura do contrato.

8.1.6.2 – A declaração de que trata este item deverá ser apresentada no Envelope “C” – Capacidade de Atendimento.

8.2 – Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão e ainda cujo **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** apresentem quaisquer sinais, marcas que permitam sua identificação.

9 – DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 – A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes “A”, “B”, e “C” na forma prevista no item 6 e deverá atender os seguintes requisitos:

ENVELOPE “A”

9.1.1 No ENVELOPE “A” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, elaborado com base no *Briefing (Anexo I)*.

9.1.1.1 Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (ENVELOPE “A”)** que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Agente de Contratação, a pedido da licitante.

9.1.1.1.1 O ENVELOPE PADRONIZADO – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser retirado obrigatoriamente pela interessada de segunda a sexta-feira, das 08h às 14h, até 72 horas antes da abertura do certame, na Sede da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, no endereço Praça Lourival Pereira Barros, s/n, Centro, Ibirapua/BA.

9.1.1.1.2 Apenas o ENVELOPE “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA SERÁ FORNECIDO, os demais devem ser providenciados pela licitante.

9.1.1.2 O ENVELOPE “A” - VIA NÃO IDENTIFICADA deverá estar **sem fechamento e sem rubrica.**

9.1.1.3 Para preservar – até a abertura do ENVELOPE “B” – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada, o ENVELOPE “A” não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante;
- d) estar em desacordo com o tamanho, as fontes tipográficas, o espaçamento de parágrafos, as quantidades e as formas dos exemplos das peças e outros aspectos pertinentes, com exceção das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia.

ENVELOPE “B”

9.1.2 No ENVELOPE “B” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, com o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

9.1.2.1 O ENVELOPE “B” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação
Concorrência nº 004-2026
ENVELOPE “B”

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Nome empresarial e CNPJ da licitante

9.1.2.2 O ENVELOPE “B” deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.2.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – deverá ser datado, carimbado e assinado na última página, bem como rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante.

ENVELOPE “C”

9.1.3 No ENVELOPE “C” – Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas, deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.1.3.1 O ENVELOPE “C” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação
Concorrência nº 004-2026
ENVELOPE “C”

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

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

9.1.3.2 O ENVELOPE “C” 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.

9.1.3.3 O ENVELOPE “C” e os documentos nele acondicionados terão a identificação da licitante, bem como serão carimbados e assinados na última página e rubricados nas demais.

9.1.3.4 O ENVELOPE “C” não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Apócrifo – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE “B”

ENVELOPE “D”

9.1.4 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Agente de Contratação acondicionada no Envelope “D”.

9.1.4.1 O ENVELOPE “D” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação
Concorrência nº 004-2026
ENVELOPE “D”

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

9.1.4.2 O ENVELOPE “D” será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação da licitante, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, carimbada e assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da licitante devidamente credenciado.

10– DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1- A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada da seguinte forma:

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

10.2 - O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada - Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia**, deverá ser apresentado em folhas soltas, sem qualquer tipo de encadernação, da seguinte forma:

- em papel offset branco, formato A4, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, bem como nos títulos e entre títulos;
- com textos justificados;
- com espaçamento ‘simples’ entre as linhas e opcionalmente duplo após títulos, entretítulos e entre parágrafos;
- com texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12,
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página; e sem identificação da licitante.

10.2.1 - Os subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter gráficos e ou tabela, observadas as seguintes regras:

10.2.2-Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

10.2.2.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, devendo ser contada como duas páginas para efeito de numeração.

10.2.3 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente.

10.2.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do INVÓLUCRO “B”.

10.2.5 - Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária prevista no subitem 10.3.1 e 10.3.2 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

10.2.6 - Os textos da Ideia Criativa composto por 02 (duas) páginas e a Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

10.2.7 - Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

10.2.8 - Com a finalidade de separar os subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia, podem ser utilizadas páginas isoladas, com o título de cada subquesito, que não deverão ser numeradas, nem serão contabilizadas ao limite determinado no item 10.2.5 e 10.2.6.

10.3-O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

10.3.1 - Raciocínio Básico: Composto de um texto com (04) quatro páginas, em que a licitante deve expressar seu conhecimento da história e da natureza institucional da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, suas principais linhas de atuação e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária; no atual contexto social, político e econômico; a extensão, a qualidade e as formas do relacionamento com seus públicos; e a acuidade de compreensão do problema geral e do específico de comunicação, expressos no Briefing (Anexo I).

10.3.2-Estratégia de Comunicação Publicitária: Constituída de texto com (06) páginas em que a licitante exporá o partido temático que irá fundamentar a resposta ao problema de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, especificado no Briefing (Anexo I), defendendo de maneira lógica e pertinente essa opção, mostrando sua adequação à natureza e à qualificação da instituição e a riqueza de desdobramentos. O texto deverá ainda evidenciar o pensamento estratégico geral de comunicação para Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA e apresentar seus desdobramentos e a cobertura do público-alvo prioritários.

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

10.4 Ideia Criativa: Apresentação pela Licitante da Campanha Publicitária, observadas as seguintes disposições: compostas por (02) duas páginas.

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e ou material, observadas as condições estabelecidas no briefting quanto aos quantitativos.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

10.4.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 10.4 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

10.4.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente' (item 10.4.3), a relação prevista na alínea 'a' do subitem 10.4 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

10.4.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 10.4

- a) estão limitados ao quantitativo 06 (seis), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) Podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
 - b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;
 - b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema;
 - b4) outros.
- c) Só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

10.4.3.1.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 10.4.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- 10.4.3.1.1.1 As reduções e variações de formato não serão consideradas como peças;
- 10.4.3.1.1.2 Cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- 10.4.3.1.1.3 Anúncio composto de páginas sequenciais, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerado uma peça se o conjunto transmitir mensagens única;
- 10.4.3.1.1.4 Anúncio para *tablets* e similares com mais de uma página será considerado uma peça;
- 10.4.3.1.1.5 Adesivagem e similares será considerada uma peça;
- 10.4.3.1.1.6 Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- 10.4.3.1.1.7 Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- 10.4.3.1.1.8 Um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- 10.4.3.1.1.9 Um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça;

10.4.3.1.1.10 Um jogo interativo impresso ou online será considerado uma peça.

10.4.3.2 Na apresentação de proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

10.4.3.2.1 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 10.4.

10.4.3.2.2 Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom ou Pen-Drive normalmente encontrados no mercado, sem identificação da proponente, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

10.4.3.2.3 Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos ou imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

10.4.3.2.4 Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

10.4.3.2.5 As peças gráficas poderão ser impressas em papel offset branco, 75 gr/m2 a 90 gr/m2, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passepourtout*, observado que as peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro "A" podem ser dobradas.

10.4.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

10.4.4.1 Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 10.4 deverão constar dessa simulação de plano de distribuição.

10.4.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) O período de distribuição das peças e ou material;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação online, de adesivagem ou assemelhados, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça, destinada a veículos de divulgação;

- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

10.4.4.3 Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Devem ser desconsiderados os custos internos;
- c) Deve ser considerado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, valores brutos, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- d) Será admitida a utilização de mídia programática.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

10.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado, carimbado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

10.6 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, formato A4, diagramação livre, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas, carimbadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.6.1 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

10.7 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes atuais à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente á disposição da Prefeitura Municipal de Ibirapua, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

10.8 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, formato A4, diagramação livre, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas, carimbadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.8.1 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

10.8.2 A licitante deverá **apresentar 5 (cinco) peças ou material**, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

10.8.2.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos

10.8.2.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen-Drive, DVD ou CD.

10.8.2.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

10.8.2.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples.

10.8.3 Para cada peça e ou material, 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

10.8.4 As peças e ou material não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA seja ou tenha sido signatária.

10.9 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

10.9.1 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, formato A4, diagramação livre, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas, carimbadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.9.2 Qualquer página com os documentos e informações poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

10.9.3 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE “B”.

10.9.4 A licitante deverá apresentar **2 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

10.9.4.1 As propostas de que trata o subitem 10.9.4 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2021.

10.9.4.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista.

10.9.4.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados (assinados) pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Ibirapua seja ou tenha sido signatária

10.9.4.4 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

10.9.5 É permitida a inclusão de **até 5 (cinco) peças e ou material**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- I - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen-drive, DVD ou CD;
- II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III - Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

11– DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

11.1.2 A Proposta Técnica será avaliada com pontuação máxima de 100 (cem) pontos, distribuídos conforme os quesitos e subquesitos abaixo:

11.2 – Distribuição da Pontuação

11.2.1 – Plano de Comunicação Publicitária – 70 pontos

Subquestito	Pontuação Máxima
Raciocínio Básico	10 Pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	25 Pontos
Ideia Criativa	25 Pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 Pontos

a) Critérios de Avaliação do Plano: Compreensão do briefing; coerência e consistência da estratégia; criatividade e inovação; Clareza e objetividade; viabilidade de execução, conforme segue:

11.2.1.1. Raciocínio Básico – 10 (Pontos) a compreensão sobre:

- as funções e do papel da Prefeitura Municipal de Ibirapuç/BA, nos contextos social, político e econômico; 0 a 2 (pontos)
- sobre o cumprimento do objeto do item da licitação; 0 a 2 (pontos)
- do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Ibirapuç/BA; 0 a 3 (pontos)
- das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuç/BA, para enfrentar esse (s) desafio (s) ou problema (s). 0 a 3 (pontos).

11.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária - 25 pontos

- a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Ibirapuç/BA e a seu(s) desafio(s)ou problema(s), geral ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s); 0 a 4 pontos
- a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; 0 a 4 pontos
- a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuç/BA, com seus públicos; 0 a 4 pontos
- a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuç/BA; 0 a 5 pontos
- a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; 0 a 4 pontos
- a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuç seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico de comunicação a ser(em) enfrentado(s), seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível. 0 a 4 pontos

11.2.1.3 Ideia Criativa - 25 pontos

- sua adequação ao(s) desafio(s)ou problema(s) geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuç; 0 a 2 pontos
- sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; 0 a 2 pontos
- sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; 0 a 2 pontos
- a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; 0 a 2 pontos
- a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; 0 a 3 pontos
- a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; 0 a 3 pontos
- sua pertinência às atividades de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuç e sua inserção nos contextos social, políticos e econômico; 0 a 3 pontos

- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; 0 a 3 pontos
- i) a exequibilidade das peças e ou do material; 0 a 2 pontos
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos. 0 a 3 pontos

11.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; 0 a 1 ponto
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; 0 a 1,5 pontos
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores; 0 a 1,5 pontos
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Ibirapua; 0 a 2 pontos
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; 0 a 2 pontos
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. 0 a 2 pontos

11.2.2 – Capacidade de Atendimento – 10 pontos

Critério	Pontuação
Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	0 a 2 pontos
Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	0 a 2 pontos
Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Ibirapua	0 a 2 pontos
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	0 a 2 pontos
operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Ibirapua e a licitante, esquematizado na proposta	0 a 2 pontos

11.2.3 – Repertório – 10 pontos

Critério	Pontuação
Pertinência das soluções apresentadas	0 a 4 pontos
Qualidade da execução	0 a 2 pontos
Clareza e apresentação	0 a 4 pontos

11.2.4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 pontos

Critério	Pontuação
Evidência de planejamento publicitário	0 a 2 pontos
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	0 a 3 pontos
Relevância dos resultados apresentados	0 a 2 pontos
Concatenação lógica da exposição	0 a 3 pontos

11.3 – Metodologia de Avaliação

- a) A avaliação será realizada pela Subcomissão Técnica, nos termos da legislação aplicável;

- b) Cada membro atribuirá notas individualmente para cada quesito e subquesito;
- c) A nota final de cada quesito será obtida pela média aritmética das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica;
- d) Será lavrada ata circunstanciada contendo as notas e justificativas técnicas.

11.3.2 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do §4º da Lei nº 12.232/2010.

- a) As atas descritivas deverão ser individuais, apesar de ser facultado aos avaliadores deliberação coletiva para julgamento das propostas, sempre observando os critérios presentes neste edital.

11.3.2.1 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, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

11.3.2.2 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.

- a) É permitida, bem como recomendada, a discussão entre os membros sorteados para integrar a subcomissão técnica das propostas apresentadas, como forma de evitar discrepâncias de ordem a ferir a diferença permitida na Legislação.

11.3.3 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

11.3.4 Serão consideradas classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem a maior nota.

11.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (Setenta) pontos, que corresponde à média 7, da pontuação máxima atribuída;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem o subitem 11.3.1.

11.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante melhor classificada nesta fase, será considerada a que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos dos itens: 11.2.1.2 e 11.2.1.3.

11.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Agente de Contratação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

12- DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 A Proposta de Preço deverá ser entregue à Agente de Contratação acondicionada no Invólucro “D”.

ENVELOPE “D”

12.1.1 O ENVELOPE “D” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação
Concorrência nº 004-2026
ENVELOPE “D”
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da Licitante

12.1.2 O ENVELOPE “D” será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12.1.3 A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação da licitante, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, carimbada e assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da licitante devidamente credenciado.

12.2 – DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.2.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada na última página e rubricada nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

c) vedada a cobrança de qualquer outro tipo de comissão, honorário ou bônus de veiculação sobre os trabalhos de mídia e/ou produção que extrapole as comissões de 20% (vinte por cento) para veiculação, 15% (quinze por cento) para produção e 5% (cinco) quando a responsabilidade da AGÊNCIA limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

d) O desconto que será concedido ao cliente sobre os custos internos de criação e produção da agência, não inferior a 10% (dez por cento), apurados em relação à Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia – SINAPRO/BA, ou superior a 30% (trinta por cento), nos termos do art.11 da Lei Federal nº4.680/1965.

e) O prazo de pagamento, pela cliente, dos serviços e dos custos internos e de produção da própria agência, não inferior a 30 (trinta) dias úteis do aceite da comprovação da execução dos serviços, ou seja, da certificação da Nota Fiscal.

A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III.

12.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual;

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Ibirapua.
 - a.1 aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
 - a.2 aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Prefeitura Municipal de Ibirapua as vantagens obtidas;
- c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato (Anexo II).

12.4 - Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

12.5 Quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos à Prefeitura Municipal de Ibirapua, sem ônus adicionais.

12.5.1 A apresentação da proposta implicará na plena aceitação, por parte da Licitante, das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

12.5.2 Declaração de validade da proposta por prazo não inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura dos INVÓLUCROS;

12.5.3 Declaração em papel timbrado com CNPJ, nome e endereço da pessoa jurídica, indicando o nome, qualificação, endereço e CPF do seu representante legal que assinará o contrato;

12.5.4 Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do presente Edital e seus Anexos, sejam omissas ou apresentem irregularidades insanáveis.

12.6 - Declaração que possui ou que instalará escritório ou representante na cidade de Ibirapua/BA, no prazo de 15 (quinze) dias contados a partir da assinatura do contrato, para atendimento das solicitações da contratante.

12.6.1 Indicar nome ou razão social do Licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone e endereço eletrônico - e-mail, bem como nome do representante, profissão, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa.

12.6.2 Constar nome do banco, agência e número de conta corrente onde deseja receber seus créditos.

12.7– Tratamento dos Direitos Autorais:

A licitante fará constar declaração de que tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

12.7.1 – Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva à Prefeitura Municipal de Ibirapua dos direitos patrimoniais de uso;

12.7.2 – Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

12.7.3 – Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas pré-existentes, inclusos nesses orçamentos

DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

12.8 - As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

12.9 - Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preço baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

12.10 - Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III, ressalvado observando-se o que regulamenta o art. 11 da Lei 4.680/1965 e art. 3º da Lei 12.232/2010, não será aceito:

a) Percentual de desconto inferior a 10% (dez por cento) ou superior a 30% (trinta por cento) a ser concedido ao CONTRATANTE sobre os custos internos dos serviços executados pela LICITANTE baseados na tabela emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da BAHIA – SINAPRO/BA, a título de ressarcimento;

12.10.1 - Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Agente de Contratação considerará o preço por extenso.

12.11- Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da BAHIA que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTOS INTERNOS
100	30%
80	25%
60	20%
40	15%
20	10%

13– DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto 36 a 38 da Lei nº 14.133/2021 para o tipo **TÉCNICA E PREÇO**.

13.2. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, conforme disposto no art. 5º da Lei 12.232/2010 e nos arts. 36 e seu parágrafo 2º. da Lei 14.133/21, estabelecendo-se o peso 0,70 para a Proposta Técnica e peso 0,30 para a Proposta de Preço.

13.3. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

13.3.1. A Pontuação Final (PF) das licitantes será obtida mediante a aplicação da seguinte fórmula: **PF = (NFPT × 0,70) + (NFPP × 0,30)**, onde NFPT é a Nota Final da Proposta Técnica (escala de 0 a 100) e NFPP é a Nota da Proposta de Preços calculada a partir do desconto ofertado conforme a tabela de valoração. Detalhar o cálculo do NFPP: a oferta com maior desconto recebe 100 pontos e as demais são calculadas por proporcionalidade.

13.3.2. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico e
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

13.3.2.1. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

13.3.2.2. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

13.3.2.3. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

13.3.2.4. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

14 - DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

14.1 - Para efeito de processamento e julgamento da(s) Proposta(s) Técnica(s), a prefeita Municipal de Ibirapua, através de portaria, nomeará a Subcomissão Técnica.

14.1.1 - A composição da Subcomissão Técnica será divulgada na imprensa local até quarenta e oito horas antes da data de recebimento dos envelopes contendo a(s) proposta(s) técnica(s) e a(s) proposta(s) de preço.

14.2. A Subcomissão Técnica terá as seguintes atribuições:

14.2.1 - Conferir, analisar, pontuar, julgar e classificar as propostas técnicas.

14.2.2 - Receber e julgar os recursos da fase técnica, que serão dirigidos ao Presidente da Agente de Contratação, que poderá reconsiderar sua decisão.

14.2.3 - Remeter a classificação técnica e decisão dos possíveis recursos à Agente de Contratação para a devida publicação.

14.3. Todos os atos da comissão e subcomissão técnica deverão ser registrados em ata assinada pelos respectivos membros.

Conforme prevê o artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, as licitações previstas nesta legislação serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

14.4. Conforme o § 1º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

14.5. Conforme o § 2º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, a escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, realizado em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

14.5.1. A data, local e hora do sorteio serão divulgados com antecedência, pela Agente de Contratação. Conforme o § 4º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, a relação dos nomes referidos nos itens acima será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

14.5.2 A lista a que se refere o subitem 14.5.1, deverá ter, no mínimo, nove nomes, dos quais, três não podem manter vínculo algum seja funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

14.5.3. Conforme o § 5º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, para os fins do cumprimento do disposto na Lei retro mencionada, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os itens anteriores desta cláusula, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

14.5.4. Conforme o § 6º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, 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.

14.5.5. Conforme o § 7º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, 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 artigo.

14.5.6. Conforme o § 8º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, a sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 14.5.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

14.5.7. Conforme o § 9º do artigo 10 da Lei Federal 12.232/2010, o sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

14.5.8. Conforme o § 6º do artigo 6º da Lei Federal nº 12.232/2010, a subcomissão técnica prevista no parágrafo primeiro do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

14.5.9. Conforme § 1º do artigo 7º da Lei Federal nº 12.232/2010, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

14.5.10 Conforme o § 2º do artigo 7º da Lei Federal nº 12.232/2010, se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de via não identificada.

14.6 – A Comissão apresentará relatório sucinto e fundamentado de seu trabalho, devidamente assinado por seus integrantes, atribuindo e justificando notas às Propostas Técnicas Apócrifas e a Capacidade de Atendimento/Relatos, devendo, para tanto, numerá-las, afim de posteriormente identificá-las em correspondência com as Propostas Identificadas.

15 - DAS IMPUGNAÇÕES E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1. A impugnação do Edital deverá ser apresentada escrito, dirigida à autoridade que assinou o Edital, e protocolada na Sala de Licitações, na Praça Lourival Pereira Barros, no horário das **08h às 12h e das 14h às 17h ou via endereço eletrônico: licitacaoibirapua@gmail.com**, neste último canal, será aceito o protocolo até as 23h59min; por qualquer cidadão, até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para a apresentação das Propostas Técnicas e de Preço, conforme disposição do art. 164 da Lei 14.133/21.

15.2. Na hipótese de se constatar a necessidade de alteração do instrumento convocatório, que afete a elaboração das propostas, o fato será divulgado na forma do parágrafo 1º. do artigo 55 da Lei 14.133/21.

15.3. Os recursos admissíveis quanto ao processamento e julgamento desta licitação acham-se previstos no artigo 165 da Lei 14.133/21., com as eventuais alterações.

15.4. Eventuais recursos administrativos poderão ser interpostos através da Comissão de Contratações, no prazo de até 03 (três) dias úteis, mediante petição fundamentada, constando a identificação do sócio (acompanhada do ato constitutivo em vigor) ou de seu representante legal (acompanhada da respectiva procuração), dirigida ao Secretário de (nome secretaria), endereço constante do preâmbulo deste edital, das **08h às 17h**, em dias úteis ou **via endereço eletrônico: licitacaoibirapua@gmail.com** até as 23:59 do último dia do prazo recursal.

16 - DA CONTRATAÇÃO E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

16.1. Depois de homologado o resultado da concorrência, a adjudicatária será convocada pelo Secretário de Administração do Município de Ibirapua/BA e detentor da dotação orçamentária própria, para no prazo de 02 (dois) dias, assinar o contrato, conforme modelo que constitui o Anexo II deste Edital.

16.2. Não o fazendo, exceto em caso de motivo justificado, a critério da contratante, decairá do direito ao contrato, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas em Lei. Nessa hipótese, é facultado à Administração convocar a licitante remanescente, respeitada a ordem de classificação, para assinar contrato em igual prazo, preço e condições.

16.3. O contrato terá vigência de 6 (seis) meses, contados da data da sua assinatura, sendo possível, vencido este, sua renovação por iguais e sucessivos períodos, até o limite decenal, a critério das partes envolvidas, nos exatos termos previstos nos artigos nº 106 e 107 da Lei 14.133/2021.

16.4. Farão parte integrante do contrato o presente Edital e seus Anexos e as Propostas Técnica e de Preços das adjudicatárias.

17 – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

17.1. O pagamento será efetuado de acordo com os serviços efetivamente prestados, devendo a Contratada emitir as respectivas Notas fiscais/faturas que, devidamente comprovadas e atestadas pelo fiscal do contrato e Secretário de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Ibirapua deverão ser pagas em até 30 (Trinta) dias após sua emissão, respeitando-se a cronologia dos pagamentos, sendo que nelas deverá constar a seguinte declaração: Referente à Concorrência Pública nº 004-2026 - Ibirapua/BA.

17.2. Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente da Contratada.

17.3. Para execução do pagamento de que trata essa cláusula, a fornecedora deverá fazer constar da Nota Fiscal/ Fatura correspondente, emitida, sem rasura, em letra bem legível em nome do (órgão), CNPJ nº (...), informando o número de sua conta bancária, o nome do Banco e a respectiva Agência em que deverá ser efetivado o crédito.

17.4. Havendo erro na Nota Fiscal/ Fatura ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, aquela será devolvida a contratada e o pagamento ficará pendente até que a mesma providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal não acarretando qualquer ônus para o (órgão).

17.5. À CONTRATANTE, reserva-se o direito de suspender o pagamento se os serviços forem executados em desacordo com a descrição constante do Edital que faz parte o contrato.

17.6. Nenhum pagamento será efetuado à **CONTRATADA**, estando pendente de liquidação ou qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência;

17.7. Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte-SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a Nota Fiscal/ Fatura, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte, dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

17.8. A Nota Fiscal/Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada das seguintes comprovações:

- a) Certidão Negativa de Débito - CND, fornecida pelo Instituto Nacional de Seguro Social - INSS;
- b) Certificado de Regularidade de Situação - CRS, relativo ao FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal;
- c) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT, expedida pela Justiça do Trabalho;

17.9. Qualquer atraso ocorrido na apresentação da Nota Fiscal/ Fatura, ou dos documentos exigidos como condição para pagamento por parte da **CONTRATADA**, importará em prorrogação automática do prazo de vencimento da obrigação da **CONTRATANTE**.

PARÁGRAFO ÚNICO

Nos casos de eventuais atrasos de pagamentos, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que, além da correção monetária pelo IPCA, a taxa de juros moratórios devida pela CONTRATANTE, entre a data acima referida e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, será de 6% a.a. (seis por cento ao ano), mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Descrição:

EM = encargos moratórios;

I = índice de juros moratórios por dia = 0,0001643;

N = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = valor da parcela a ser paga.

18 - DO REAJUSTE DO VALOR CONTRATADO

18.1. O contrato será reajustado anualmente, a contar da data da sua assinatura, pela variação do IGPM/FGV, publicada pela Fundação Getúlio Vargas.

18.2. O contrato poderá ser alterado, mediante justificativa e por acordos das partes para restabelecer a relação pactuada inicialmente entre os encargos do contratado e retribuição da administração para a justa remuneração do serviço, objetivando manutenção do equilíbrio-financeiro inicial do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual. Ainda assim, se a Administração julgar conveniente, poderá optar por cancelar a Concorrência e iniciar outro processo licitatório.

18.3. O contrato pode ainda ter seu valor reajustado devido à obrigatoriedade por ocasião de medida legal.

18.4. É vedada a inclusão, por ocasião do reajuste, de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem obrigatórios por força de instrumento legal.

18.5. No caso de revisão ou reajuste, será lavrado termo aditivo ou termo de apostilamento ao contrato vigente, nos termos do art. 136, inciso I, da Lei n 14.133/2021.

19 - DA RESCISÃO E DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

19.1. O contrato pode ser alterado desde que haja interesse da CONTRATANTE, com a apresentação das devidas justificativas.

19.2. A inexecução total ou parcial do contrato, por parte da CONTRATADA, além das sanções previstas na Lei nº 14.133/21, poderá ensejar também a sua rescisão unilateral por parte da CONTRATANTE, com as consequências previstas na Lei.

19.3. Constituem motivos de rescisão contratual

- a) O não cumprimento das cláusulas contratuais, especificações ou prazos, mediante notificação através de ofício entregue diretamente à CONTRATADA ou por via postal com aviso de recebimento (AR);
- b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações e prazos, mediante notificação através de ofício entregue diretamente à CONTRATADA ou por via postal com aviso de recebimento (AR);
- c) A lentidão de seu cumprimento, levando a Administração a comprovar a impossibilidade do fornecimento, nos prazos estipulados;
- d) O atraso injustificado no início dos serviços ou fornecimento;
- e) A paralisação do fornecimento, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
- f) O desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
- g) O cometimento reiterado de faltas na sua execução;
- h) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
- i) A dissolução da sociedade ou falecimento da contratada;
- j) A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
- k) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificado e determinado pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinado a contratante e exaradas no processo administrativo a que se refere o contrato;
- l) A supressão, por parte da Administração, acarretando modificação do valor inicial do contrato conforme o artigo nº 125 da Lei nº 14.133/21 – 25%;
- m) A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 90 (noventa) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo;
- n) O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela Administração decorrente do fornecimento, ou parcelas deste, já recebido, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado a contratada o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;
- o) A não liberação, por parte da Administração, de área, local ou objeto para o fornecimento, nos prazos contratuais;
- p) A ocorrência de caso fortuito ou força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato;

19.4. O não cumprimento, sem motivo justificado, de qualquer outra cláusula ou condição contratual, sujeitará a contratada à multa de 5% (cinco por cento), do valor total do contrato, a partir da ocorrência do fato.

19.5. A rescisão do contrato se dará nos termos dos artigos 137, 138 e 139 da Lei nº 14.133/21, podendo ser:

- a) Por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados nas alíneas a) a l) e q) do item 19.3;
- b) Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Administração;
- c) Judicial, nos termos da legislação.

19.6. No caso de rescisão provocada por inadimplemento da CONTRATADA, a CONTRATANTE poderá reter, cautelarmente, os créditos decorrentes do contrato até o valor dos prejuízos causados, já calculados ou estimados;

19.7. No caso de rescisão pelos motivos descritos nas alíneas l) a q) do item 20.3., sem que haja culpa da contratada, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo direito a: devolução-garantia; pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão e/ou pagamentos do custo da desmobilização.

19.8. No procedimento que visa à rescisão do contrato, será assegurado o contraditório e a ampla defesa, sendo que, depois de encerrada a instrução inicial, a CONTRATADA terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis para se manifestar e produzir provas, sem prejuízo da possibilidade de a CONTRATANTE adotar, motivadamente, providências acauteladoras.

20 - DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

20.1. O objeto do Contrato deverá ser executado de acordo com as autorizações emitidas pela Prefeitura Municipal de Ibirapuã por intermédio do Secretário de Administração, conforme as condições de data, horário, local e quantidade estipulada.

20.2. O objeto do Contrato será recebido por servidores da Secretaria de Administração da PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ e referenciado pelo Secretário de Administração.

20.3. Somente após a autorização na emissão da Ordem de Serviço ou Pedido de Inserção, é que a Contratada deverá iniciar o cumprimento das obrigações que tiver assumido com a Secretaria de Administração da Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

20.4. O objeto do Contrato não será recebido se estiver em desacordo com as condições estipuladas no mesmo, nos autos do procedimento licitatório, ou na Ordem de Serviço.

20.5. Os serviços deverão ser executados com estrita observância das determinações contidas nos Anexos do Edital.

20.6. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput do artigo 14 da Lei nº. 12.232/10 exigirá sempre a apresentação pela contratada ao contratante de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

20.6.1. No caso do § 1º do artigo 14 da Lei nº. 12.232/10, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública,

convocada e realizada sob a fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

20.6.2. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto do art. 75 da Lei nº. 14.133/21, está dispensado do procedimento previsto no § 2º do art. 14 da Lei nº. 12.232/10.

21 - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

21.1. Durante a vigência deste contrato, a execução do objeto será acompanhada e fiscalizada pelo (a) (fiscal / órgão) ou por representante da CONTRATANTE, devidamente designado para esse fim, permitida a assistência de terceiros;

21.1.1 Durante a vigência deste contrato, a CONTRATADA deve manter preposto, aceito pela CONTRATANTE, para representá-lo sempre que for necessário;

21.1.2 O atesto de conformidade à execução do objeto cabe ao fiscal designado no item 21.1, devendo haver visto do titular do setor responsável pela fiscalização do contrato.

22 - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

22.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações estabelecidas sujeitará a CONTRATADA às penalidades previstas na Lei nº 14.133/21, em seu artigo 156;

22.2. A CONTRATADA será punida com o impedimento de licitar e contratar com a União, Estados, Distrito Federal ou Municípios e ser descredenciado no SICAF e no cadastro de fornecedores da CONTRATANTE, pelo prazo de até 02 (dois) anos, sem prejuízo das multas previstas no contrato e demais cominações legais, nos seguintes casos:

- a) Apresentação de documentação falsa;
- b) Retardamento da execução do objeto;
- c) Falhar na execução do contrato;
- d) Fraudar na execução do contrato;
- e) Comportamento inidôneo;
- f) Declaração falsa;
- g) Fraude fiscal.

22.2.1. Para condutas descritas nos itens a, d, e, f e g serão aplicadas multa de no máximo 1% (um por cento) do valor do contrato;

22.2.2 . Para os fins do item b, será aplicada multa nas seguintes condições: 2% (dois por cento) sobre o valor total do pedido, por dia de atraso injustificado, até o limite de 10 (dez) dias, e 5% (cinco por cento) sobre o valor total do pedido, por dia de atraso injustificado a partir do 11º (décimo primeiro) dia de atraso até o 30º (trigésimo), caracterizando inexecução parcial do contrato;

22.2.3 . Para os fins do item c, será aplicada multa nas seguintes condições: 10% (dez por cento) sobre o valor total do pedido, por dia de atraso injustificado, a partir do 30º (trigésimo) dia de atraso, caracterizando inexecução total do contrato;

22.2.4 . 10% (dez por cento) sobre o valor dos itens não executados do pedido, em caso de execução parcial dos serviços, aplicada por ocorrência;

22.2.4.1) A ocorrência de execução parcial dos serviços em um pedido poderá configurar a inexecução parcial do contrato, sendo que, a partir da 3ª (terceira) ocorrência configurar-se-á a inexecução total do contrato.

22.3. Outras multas previstas:

- a) Até o máximo de 10% (dez por cento) sobre o valor dos serviços caso estes sejam prestadas de forma inadequada;
 - a.1) A ocorrência de fornecimento de serviços inadequados em um pedido poderá configurar a inexecução parcial do contrato, sendo que, a partir da 3ª (terceira) ocorrência configurar-se-á a inexecução total do contrato.
- b) Até o máximo de 5% (cinco por cento) do valor do contrato a que compete à CONTRATADA no caso de inexecução parcial do contrato ou de descumprimento de obrigação contratual;
- c) De 10% (dez por cento) do valor do contrato a que compete à CONTRATADA no caso de inexecução total do contrato.
- d) A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração caracteriza o descumprimento total das obrigações assumidas, sujeitando-a as penalidades legalmente estabelecidas no dispositivo legal e a multa de 5% (cinco por cento) do valor do contrato.
- e) A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo órgão.
- f) O valor da multa poderá ser descontado do pagamento a ser efetuado a CONTRATADA, tanto da Nota Fiscal/ Fatura como crédito existente em favor da Contratada.
- g) Se o valor a ser pago a CONTRATADA ou o valor do crédito não for suficiente para cobrir o valor da multa, a diferença será descontada da garantia contratual (quando houver).
- h) Se o valor do pagamento for insuficiente, fica a CONTRATADA obrigada a recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contado da comunicação oficial.
- i) Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pela CONTRATADA a CONTRATANTE, este será encaminhado para inscrição em dívida ativa.

22.4. Pela inexecução total ou parcial do contrato a Administração, além das multas previamente descritas poderá aplicar as seguintes sanções, cumulativamente ou não:

- a) Advertência;
- b) Impedimento de contratar com a Administração por período não superior a 3 anos;
- c) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração pelo prazo mínimo de 3 e máximo de 6 anos.

22.5. As penalidades serão registradas no Cadastro da Prefeitura Municipal de Ibirapua, e no caso de impedimento do direito de licitar, a licitante deverá ser descredenciada por igual período, sem prejuízo das multas previstas no contrato e das demais cominações legais.

22.6. A aplicação das sanções previstas no contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei n.º 14.133/21 inclusive responsabilização da Contratada por eventuais perdas e danos causados à Administração. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

22.7. Em qualquer hipótese de aplicação de sanções será assegurado a CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa, no prazo de 10 (dez) dias.

22.8. A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração caracteriza o descumprimento total das obrigações assumidas, sujeitando-a as penalidades legais.

22.9. A inexecução total, reserva-se ao órgão o direito de acatar a oferta que se apresentar como aquela mais vantajosa, pela ordem de classificação, pelo Secretário de Administração da Prefeitura Municipal de Ibirapua.

22.10. A aplicação das penalidades previstas nesta cláusula é de competência exclusiva da prefeita Municipal de Ibirapua.

23 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

23.1. Os documentos exigidos neste Edital deverão ser apresentados no original, ou cópia autenticada, sendo admitida também a exibição da documentação, quando for o caso, em publicação original em órgão da imprensa oficial.

23.2. A documentação relativa a empresas estrangeiras será comprovada mediante documentos equivalentes aos exigidos para as empresas nacionais, traduzidos por tradutor juramentado e autenticados pelos respectivos consulados.

23.3. É facultado à Agente de Contratação, ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

23.4. As decisões da Agente de Contratação, bem como da subcomissão técnica, serão objeto de publicação em veículo oficial.

23.5. A Administração se reserva o direito de, a qualquer tempo e a seu exclusivo critério, devidamente motivado por despacho fundamentado, adiar ou revogar a presente licitação, sem que isso represente motivo para que as empresas participantes pleiteiem qualquer tipo de indenização.

23.6. As licitantes que apresentarem questionamentos quer sob a forma de impugnação, quer em caráter de recurso, para obter o retardamento do certame licitatório, aplicar-se-ão as penalidades previstas na legislação vigente.

23.7. A participação na concorrência implicará na aceitação, em todos os termos, do presente Edital, bem como pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase licitatória. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inveracidade das

informações nele contidas, implicará na imediata desclassificação do concorrente que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido formalizado o Instrumento contratual, a sua rescisão, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

23.8. As licitantes respondem pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados nas diversas fases do processo licitatório.

23.9. Quaisquer esclarecimentos ou informações complementares sobre o presente certame poderão ser obtidos por escrito na comissão de licitação, até 03 (três) dias úteis anteriores à data fixada para abertura da sessão pública, por meio eletrônico via e-mail: licitacaoibirapua@gmail.com, e no endereço Praça Lourival Pereira Barros, s/n, Centro - Ibirapua/BA. Através de documento, que deverá ser entregue na sede da Prefeitura Municipal, sala de licitações e contratos, o qual será protocolado por este setor.

23.10. Endereço para envio das documentações: Praça Lourival Pereira Barros, s/n, Centro - Ibirapua/BA. Agente de Contratação.

23.11. Os casos omissos, bem como as dúvidas suscitadas, serão resolvidos pela Agente de Contratação, tudo de conformidade com as normas jurídicas e administrativas aplicáveis e com os princípios gerais do direito.

23.12. Na contagem dos prazos deste Edital será excluído o dia de início e incluído o dia do vencimento.

23.13. Face ao disposto no artigo nº 125 da Lei nº 14.133/21 e suas alterações, a quantidade de que trata este contrato poderá sofrer acréscimos ou supressões de até vinte e cinco por cento (25%) do valor inicial do contrato, com a devida atualização.

23.14. É permitida a identificação e assinatura digital por pessoa física ou jurídica em meio eletrônico, mediante certificado digital emitido em âmbito da Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP-Brasil).

Ibirapua, BA 02 de junho de 2026.

Rafael Soares Pereira Lima
Secretário de Administração

ANEXO I

BRIEFING - CAMPANHA PUBLICITÁRIA

IPTU IBIRAPUÃ 2027

A campanha do IPTU 2027 da Prefeitura Municipal de Ibirapua tem como objetivo incentivar os contribuintes a manterem o pagamento do imposto em dia, reforçando os benefícios do desconto na cota única, as facilidades do parcelamento e os canais digitais disponíveis para quitação.

Mais do que uma obrigação, o pagamento do IPTU é um investimento coletivo: o recurso retorna em obras, serviços e melhorias que transformam a vida de toda a população. A campanha busca mostrar, de forma clara e acessível, que cada contribuição fortalece o desenvolvimento de Ibirapua.

Objetivos Específicos:

- a) Ampliar a adesão ao pagamento em cota única com desconto;
- b) Divulgar as opções de parcelamento como alternativa prática;
- c) Estimular o uso dos canais digitais (site e aplicativo) para maior comodidade;
- d) Reforçar a percepção de que o IPTU se converte em melhorias visíveis na cidade.

Público-Alvo:

- a) Contribuintes de Ibirapua: moradores, comerciantes e empreendedores.

DESAFIO DE COMUNICAÇÃO:

- a) Transformar a campanha do IPTU 2027 em uma ação de conscientização e pertencimento, destacando que o imposto é revertido em benefícios coletivos, como obras de infraestrutura, saúde, educação, mobilidade urbana e serviços públicos essenciais;
- b) A linguagem deve ser simples, direta e inspiradora, aproximando o contribuinte do impacto real do imposto no dia a dia da cidade.

CONCEITO PUBLICITÁRIO:

O imposto deixa de ser visto apenas como obrigação e passa a ser reconhecido como instrumento de transformação. O conceito reforça a ideia de que cada contribuinte é parte fundamental na construção do futuro da cidade.

MARCA E IDENTIDADE VISUAL:



A campanha utilizará a identidade oficial da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, adaptada com peças modernas, cores vibrantes e elementos gráficos que remetam à coletividade, ao progresso e à transformação urbana.

PLANO DE MÍDIA:

A campanha será veiculada em diversos canais para alcançar toda a população:

- a) Rádio e TV regionais;
- b) Outdoors e faixas em pontos estratégicos;
- c) Mídia digital (redes sociais, site oficial e anúncios patrocinados);
- d) Material impresso (folders, cartazes, banners em repartições públicas);
- e) Vídeos institucionais mostrando obras realizadas com recursos do IPTU.

PREFEITURA IBIRAPUÃ

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

RECURSOS:

Custo total da campanha: R\$ 15.000,00 (quinze mil reais).

PRAZO DE DURAÇÃO DA CAMPANHA:

2 meses – com início no período de lançamento dos carnês e reforço próximo aos prazos de pagamento.

PRAÇA:

Abrangência municipal, com comunicação direcionada a todos os bairros, distritos e zona rural de Ibirapuã/BA.

ANEXO II
MINUTA DE CONTRATO
CONTRATO Nº xx-2026

CONTRATO QUE FAZEM ENTRE SI A PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA E A EMPRESA xxx PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

CONTRATANTE: de um lado a **PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA**, pessoa jurídica de direito Público interno, inscrito no CNPJ/MF xxx de ora em diante denominada CONTRATANTE, neste ato sendo representado pelo Secretário(a) de xxx, o Sr.(a) xxx, portador da Cédula de Identidade de nº xxx, inscrito no CPF/MF sob o nº xxx, residente e domiciliado em xxx.

CONTRATADA: Empresa xxx, cadastrada no CNPJ sob o número _____/____-__ e Inscrição Estadual _____, com sede na _____, _____ - _____ - _____/____, representada pelo Senhor _____, _____, _____, portador do RG _____/____ e do CPF _____-__, residente e domiciliado na _____, nº _____ - _____/____ - de ora em diante denominada CONTRATADA, sob disciplina da Lei Federal n.º 12.232/2010, Lei Federal n.º 14.133/21 e posteriores alterações, Lei Federal n.º 4.680/65, aplicando-se a Lei Complementar n.º 123/2006 e as condições estabelecidas na Concorrência n.º 004-2026 IBIRAPUÃ/BA e seus anexos integrantes, na presença das testemunhas abaixo, ajustaram e contrataram o seguinte:

As CONTRATANTES têm entre si, justo e avençado, e celebram o presente contrato instruído no Processo Administrativo nº 080-2026 da Concorrência n.º 004-2026, sujeitando-se aos termos da **Lei Federal nº 14.133/2021**, (a qual regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal e institui normas para licitações e contratos da Administração Pública) com as modificações introduzidas pela. Além das disposições específicas contidas na **Lei Federal nº 4.680**, de 18 de junho de 1965, (a qual dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda), o **Decreto Federal nº 57.690**, de 01 de fevereiro de 1966 (o qual aprova a execução da Lei 4.680/65), com as alterações do **Decreto nº 4.563**, de 31 de dezembro de 2002 (a qual altera o Regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690). Incluindo ainda as normas-padrão da atividade publicitária e do relacionamento comercial entre anunciantes, Agência de publicidade e veículos de comunicação, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, a **Lei Federal nº 12.232/2010** (a qual dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agência de propaganda) bem como Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, os princípios administrativos próprios da modalidade Concorrência: universalidade, ampla publicidade, habilitação preliminar e julgamento por comissão. Ainda como base legal para este instrumento, tomamos por fundamento a **Lei Federal n.º 8.078**, de 11 de setembro de 1990 (a qual dispõe sobre a proteção do consumidor), **Leis Complementares nº 123**, de 14/12/2006 (a qual institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte) e **n.º 127**, de 14/08/2007 (a qual altera a LC 123/06), e legislações correlatas, em sua atual redação, bem como pelas condições estabelecidas no Edital a que este Contrato faz parte e seus anexos e, aos termos da proposta vencedora, mediante as cláusulas e condições que seguem:

1 - CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 – Conforme o artigo 55, inciso I, da Lei nº 14.133/21, o presente contrato tem por objetivo a contratação de Agência de publicidade, para executar os serviços de propaganda e comunicação digital, incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para as ações, serviços, obras, eventos internos e externos, divulgações de caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social da PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Assessoria de Comunicação Social, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, sites, tv, rádio, dentre outros, compreendendo:

1.1.1 – Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (Criação) e o estudo dos meios e veículos que, seguindo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia);

1.1.2 – Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia);

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

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

1.1.5 – Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado;

1.1.6 – Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas. As pesquisas citadas neste item terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação, e possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias a serem realizadas durante a execução do contrato;

1.1.7 – A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.1.8 – Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

1.1.9 – Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações.

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

1.3 - Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada xxx agência de propaganda, doravante denominadas LICITANTE.

1.4 - O prazo para a execução dos serviços objeto desta Licitação e a vigência do contrato é de 6 (seis) meses, a contar da data da assinatura contratual, podendo ser prorrogado, se houver interesse das partes, até o limite decenal, nos termos do art. 107, da Lei nº 14.133/2021.

1.5 - Fica vedada a subcontratação de outras Agência de propaganda para prestação de consultoria, visando a elaboração dos serviços fins previstos no presente edital.

2 - CLÁUSULA SEGUNDA - DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

2.1. O objeto deste Contrato deverá ser executado de acordo com as autorizações emitidas pela PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Secretaria de Administração, conforme as condições de data, horário, local e quantidade estipulada.

2.2. O objeto deste Contrato será recebido por servidores da PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Secretaria de Administração.

2.3. Somente após a autorização na emissão da Ordem de Serviço ou Pedido de Inserção, é que a Contratada deverá iniciar o cumprimento das obrigações que tiver assumido com A PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Secretaria de Administração.

2.4. O objeto deste Contrato não será recebido se estiver em desacordo com as condições estipuladas no mesmo, nos autos do procedimento licitatório, ou na Ordem de Serviço.

2.5. Os serviços deverão ser executados com estrita observância das determinações contidas nos Anexos do Edital.

2.6. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput do artigo 14 da Lei nº. 12.232/10 exigirá sempre a apresentação pela contratada ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

2.6.1. No caso do § 1º do artigo 14 da Lei nº. 12.323/10, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

2.6.2. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na Lei nº. 14.133/21, está dispensado do procedimento previsto no § 2º do art. 14 da Lei nº. 12.232/10.

3. CLÁUSULA TERCEIRA - DOS PREÇOS

3.1. Para a execução do objeto ora contratado e descrito na cláusula anterior, a *Contratante* pagará, à *Contratada*, a importância total de R\$ 182.054,40 (cento e oitenta e dois mil, cinquenta e quatro reais e

quarenta centavos), o considerado o **desconto de xxxxx % (xxxxxxxxxx)** sobre os custos internos, baseado na Tabela de Referencial de Custos Internos SINAPRO/BA.

3.2. As cláusulas econômico-financeiras e monetárias do contrato não poderão ser alteradas, sem prévia concordância da *Contratante*.

3.3. As cláusulas econômico-financeiras do contrato poderão ser revistas, para que se mantenha o equilíbrio contratual.

3.4. Para fins de aplicação de reajuste contratual adotar-se-á dentre todos os índices o IGPM prevalecendo este sobre qualquer outro.

4. CLÁUSULA QUARTA - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

4.1. Conforme o artigo 55, inciso III, da Lei 14.133/21, o pagamento será efetuado de acordo com os serviços efetivamente prestados, devendo a Contratada emitir as respectivas Notas fiscais/faturas que, devidamente comprovadas e certificadas pela PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Secretaria de Administração, devendo ser pagas em até 30 (trinta) dias após sua emissão, de acordo com a Ordem Cronológica, sendo que nelas deverá constar a seguinte declaração: Referente à Concorrência Pública 004-2026-IBIRAPUÃ/BA.

4.1.1. A CONTRATADA deverá apresentar também as notas fiscais emitidas pelos fornecedores de bens, prestadores de serviços e veículos de distribuição de mídia, contratados à conta e ordem da CONTRATANTE, para que sejam submetidos à liquidação da despesa.

4.2. Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente da Contratada.

4.3. Para execução do pagamento de que trata essa cláusula, a fornecedora deverá fazer constar da Nota Fiscal/ Fatura correspondente, emitida, sem rasura, em nome do (órgão), CNPJ n.º xxx, informando o número de sua conta bancária, o nome do Banco e a respectiva Agência em que deverá ser efetivado o crédito.

4.4. Havendo erro na Nota Fiscal/ Fatura ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, a mesma será devolvida a contratada e o pagamento ficará pendente até que a contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal não acarretando qualquer ônus para PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA.

4.5. À CONTRATANTE, reserva-se o direito de suspender o pagamento se os serviços forem executados em desacordo com a descrição constante do Edital que faz parte o contrato.

4.6. Nenhum pagamento será efetuado à **CONTRATADA**, enquanto houver pendência quanto à liquidação ou qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência;

4.7. Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte-SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a Nota Fiscal/ Fatura, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte, dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

4.8. A Nota Fiscal/Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada das seguintes comprovações:

- a) Certidão Negativa de Débito - CND, fornecida pelo Instituto Nacional de Seguro Social - INSS;
- b) Certificado de Regularidade de Situação - CRS, relativo ao FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal;
- c) Autorização (orçamento assinado) da **CONTRATANTE**.
- d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT, expedida pela Justiça do Trabalho;

4.9. Qualquer atraso ocorrido na apresentação da Nota Fiscal/ Fatura, ou dos documentos exigidos como condição para pagamento por parte da **CONTRATADA**, importará em prorrogação automática do prazo de vencimento da obrigação da **CONTRATANTE**.

PARÁGRAFO ÚNICO

Nos casos de eventuais atrasos de pagamentos, desde que a **CONTRATADA** não tenha concorrido de alguma forma para tanto, além da incidência de correção monetária pelo IPCA, fica convencionado que a taxa de juros moratórios devida pela **CONTRATANTE**, entre a data acima referida e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, será de 6% a.a. (seis por cento ao ano), mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Descrição:

EM = encargos moratórios;

I = índice de juros moratórios por dia = 0,0001643;

N = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = valor da parcela a ser paga.

5 - CLÁUSULA QUINTA - DO REAJUSTE DO VALOR CONTRATADO

5.1. O contrato será reajustado anualmente, a contar da data da sua assinatura, pela variação do IGPM/FGV, publicada pela Fundação Getúlio Vargas.

5.2. O contrato poderá ser alterado, mediante justificativa e por acordos das partes para restabelecer a relação pactuada inicialmente entre os encargos do contratado e retribuição da administração para a justa remuneração do serviço, objetivando manutenção do equilíbrio-financeiro inicial do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual. Ainda assim, se a Administração julgar conveniente, poderá optar por cancelar a Concorrência e iniciar outro processo licitatório.

5.3. O contrato pode ainda ter seu valor reajustado devido à obrigatoriedade por ocasião de medida legal.

5.4. É vedada a inclusão, por ocasião do reajuste, de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem obrigatórios por força de instrumento legal.

5.5. No caso de revisão ou reajuste, será lavrado termo aditivo ou termo de apostilamento ao contrato vigente.

6. CLÁUSULA SEXTA - DA RESCISÃO E DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

6.1. O contrato pode ser alterado nos casos previstos da Lei n.º 14.133/21, desde que haja interesse da CONTRATANTE, com a apresentação das devidas justificativas.

6.2. Conforme previsto na Lei nº 14.133/21, a inexecução total ou parcial do contrato, por parte da CONTRATADA, além das sanções previstas, poderá ensejar também a sua rescisão unilateral por parte da CONTRATANTE, com as consequências previstas na Lei.

6.3. Constituem motivos de rescisão contratual os casos previstos na Lei nº 14.133/21, em sua atual redação:

- a) O não cumprimento das cláusulas contratuais, especificações ou prazos, mediante notificação através de ofício entregue diretamente à CONTRATADA ou por via postal com aviso de recebimento (AR);
- b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações e prazos, mediante notificação através de ofício entregue diretamente à CONTRATADA ou por via postal com aviso de recebimento (AR);
- c) A lentidão de seu cumprimento, levando a Administração a comprovar a impossibilidade do fornecimento, nos prazos estipulados;
- d) O atraso injustificado no início dos serviços ou fornecimento;
- e) A paralisação do fornecimento, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
- f) O desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
- g) O cometimento reiterado de faltas na sua execução;
- h) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
- i) A dissolução da sociedade ou falecimento da contratada;
- j) A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
- k) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificado e determinado pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinado a contratante e exaradas no processo administrativo a que se refere o contrato;
- l) A supressão, por parte da Administração, acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido na Lei 14.133/21 – 25%;
- m) A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 90 (noventa) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo;
- n) atraso superior a 2 (dois) meses, contado da emissão da nota fiscal, dos pagamentos ou de parcelas de pagamentos devidos pela Administração por despesas de obras, serviços ou fornecimentos, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado a contratada o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;

- o) A não liberação, por parte da Administração, de área, local ou objeto para o fornecimento, nos prazos contratuais;
- p) A ocorrência de caso fortuito ou força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato;
- q) O descumprimento da Lei nº 14.133/21, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

6.4. O não cumprimento, sem motivo justificado, de qualquer outra cláusula ou condição contratual, sujeitará a contratada à multa de 1% (um por cento), do valor total do contrato, a partir da ocorrência do fato.

6.5. A rescisão do contrato se dará nos termos da Lei nº 14.133/21, podendo ser:

- a) Por ato unilateral e escrito da Administração,
- b) Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Administração;
- c) Judicial, nos termos da legislação.

6.6. No caso de rescisão provocada por inadimplemento da CONTRATADA, a CONTRATANTE poderá reter, cautelarmente, os créditos decorrentes do contrato até o valor dos prejuízos causados, já calculados ou estimados;

6.7. No caso de rescisão pelos motivos descritos nas alíneas l) a q) do item 6.3, sem que haja culpa da contratada, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo direito a: devolução-garantia; pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão e/ou pagamentos do custo da desmobilização.

6.8. Conforme previsto na Lei nº 14.133/21, no procedimento que visa à rescisão do contrato, será assegurado o contraditório e a ampla defesa, sendo que, depois de encerrada a instrução inicial, a CONTRATADA terá o prazo de 15 (quinze) dias úteis para se manifestar e produzir provas, sem prejuízo da possibilidade de a CONTRATANTE adotar, motivadamente, providências acauteladoras.

7 - CLÁUSULA SÉTIMA - DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

7.1. O prazo do presente contrato será de 6 (seis) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado, se houver interesse das partes, até o limite decenal, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

8 - CLÁUSULA OITAVA - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

8.1. Durante a vigência deste contrato, a execução do objeto será acompanhada e fiscalizada pelo (a) (fiscal / órgão) ou por representante da CONTRATANTE, devidamente designado para esse fim.

8.2. Durante a vigência deste contrato, a CONTRATADA deve manter preposto, aceito pela CONTRATANTE, para representá-lo sempre que for necessário;

8.3. O atesto de conformidade a execução do objeto cabe ao fiscal designado no item 8.1, devendo haver visto do titular do setor responsável pela fiscalização do contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

9.1. A contratada será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, resultantes da execução deste Contrato.

9.2. A Contratada será responsável pelos danos causados direta ou indiretamente à Administração, bem como a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, não excluindo ou reduzindo esta responsabilidade à fiscalização ou o acompanhamento pelo órgão interessado.

9.3. A Contratada não poderá sem anuência da PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Secretaria de Administração, modificar quaisquer especificações deste Contrato.

9.4. A Contratada é obrigada a permitir e facilitar a fiscalização ou supervisão pela PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Secretaria de Administração, da execução do serviço, em qualquer momento, devendo prestar as informações e esclarecimentos solicitados.

9.5. A Contratada é obrigada a participar à PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, por intermédio da Secretaria de Administração, a ocorrência de qualquer fato ou condição que possa atrasar ou impedir a execução do serviço no todo ou em parte.

9.6. A Contratada é obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto deste Contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.

9.7. A Contratada deverá seguir rigorosamente as normas e padrões estabelecidos em lei, bem como diligenciar para que os serviços estejam em perfeitas condições, não podendo conter quaisquer vícios.

9.8. A Contratada é obrigada a manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

9.9. A Contratada deverá, durante o período de no mínimo 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

10- CLÁUSULA DÉCIMA – DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE

- a) Efetuar o pagamento à CONTRATADA de acordo com o prazo e as condições estabelecidas neste contrato, depois de cumprida todas as formalidades legais;
- b) Promover o acompanhamento e a fiscalização do contrato, anotando em registro próprio as falhas detectadas e comunicando à CONTRATADA as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas daquela, através de gestor/ fiscal do contrato, previamente designado em Portaria ou em previsão disposta no edital;
- c) Rejeitar, no todo ou em parte, o serviço executado em desacordo com o contrato e o Edital;
- d) Expedir a ordem de serviço/autorização/solicitação para iniciar a execução;

- e) Proporcionar à CONTRATADA as facilidades necessárias a fim de que possa desempenhar normalmente o serviço contratado, inclusive prestando todas as informações e esclarecimentos que eventualmente venham a ser solicitados para fiel execução do contrato;
- f) Receber o serviço executado no período previamente agendado, no horário de funcionamento da unidade responsável pelo recebimento;
- g) Solicitar o reparo, a correção, a remoção, a reconstrução ou a substituição do objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções;
- h) Manifestar-se formalmente em todos os atos relativos à execução do CONTRATO, em especial, aplicação de sanções, alterações e reajustes do mesmo;
- i) Aplicar as sanções administrativas, quando se fizerem necessárias;
- j) Promover a inscrição na Dívida Ativa do Município das dívidas contraídas pela CONTRATADA, decorrentes da inexecução total ou parcial deste Termo de Contrato, que não forem salgadas nos prazos legais, na forma da Lei nº 14.133/21.

11 - CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

12.1. As despesas do presente contrato correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

0201 – Gabinete do Prefeito

2007 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais - Gab. do Prefeito

33903900 – 15000000 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 152.015,40

0601 - FUNDO MUNICIPAL DE SAUDE

2036 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – FMS

33903900 - 15001002 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 10.013,00

0701 - UNIDADE DE EDUCAÇÃO

2050 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – Educação

33903900 - 15001001 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 20.026,00

12 – CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA TRANSFERÊNCIA E SUBCONTRATAÇÃO

13.1. A Contratada não poderá ceder ou transferir, dar em garantia ou vincular de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica, sem a prévia e expressa autorização da Contratante, sendo que nenhuma cláusula de subcontratação poderá estabelecer qualquer vínculo ou compromisso, entre a Contratante e a subcontratada.

13 – CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

14.1. O presente contrato reger-se-á pela Lei nº 14.133/2021 e à Lei 12.232/2010, do Decreto nº 57.690 de 01/02/1966, Decreto nº 4.563 de 31/12/02, e disposições do Edital, e as condições estabelecidas na **Concorrência nº 004-2026-IBIRAPUÁ/BA e seus anexos integrantes.**

14 – CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DO FORO

15.1. Fica eleito o Foro da Comarca de IBIRAPUÁ/BA, para solução de qualquer pendência oriunda deste contrato, com renúncia a qualquer outro por mais privilegiado que seja.



15.2. E por estarem certos e combinados, assinam o presente contrato em três vias de igual teor, para o mesmo fim juntamente com duas testemunhas no presente ato.

Ibirapua/BA, xx de xxxxx de 2026.

Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA
Prefeita Municipal
Carla Andréia Soares Chacara

xxxxxx
Representante(s) Legal(is) do(s) Fornecedor(s) Registrado(s)

TESTEMUNHAS:

Nome/CPF: _____ / _____

Nome/CPF: _____ / _____

ANEXO III
PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Desconto a ser concedido à PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do SINAPRO/BA: _____ % (por extenso), em atendimento ao que determina o Item 12.2.1, letra 'd' do presente Edital.
- b) 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.
- c) O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no Edital.
- d) Declaramos que, temos ciência que aos serviços descritos nesta Proposta de Preços, está vedada a cobrança de qualquer outro tipo de comissão, honorário ou bônus de veiculação sobre os trabalhos de mídia e/ou produção que extrapole as comissões de 20% (vinte por cento) para veiculação, 15% (quinze por cento) para produção e 5% (cinco) quando a responsabilidade da Agência limitar se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.
- e) Declaramos concordar que o prazo de pagamento, pela cliente, dos serviços e dos custos internos e de produção da própria agência, não será inferior a 30 (trinta) dias úteis do aceite da comprovação de execução dos serviços.
- f) O preço proposto contempla todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Caso ocorra empate no desconto concedido, a que se refere o Item 12.2.1, letra 'd' do presente Edital., será usado como critério de desempate a atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico e
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

Desde já declaramos cientes de que a PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

Ibirapua/BA, xx de xxxxx de 2026.

Representante legal

ANEXO IV
MODELO INSTRUMENTO DE CREDENCIAMENTO
CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026

À
AGENTE DE CONTRATAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA
Ref.: Credenciamento

A signatária xxx, com inscrição no CNPJ sob o nº xxx, estabelecida à xxx, telefone xxx, neste ato representada pelo Sr. xxx, nomeia e constitui seu bastante procurador o Sr. xxx, RG nº xxx, CPF nº xxx, com domicílio xxx, para o fim especial de representá-la junto A COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, no Processo Licitatório – **Concorrência nº 004-2026**, com poderes para apresentar Invólucros Propostas(Técnica e Preço) e Documentos de Habilitação, formular ofertas, apresentar impugnações, interpor recursos, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame.

Local e Data

Nome e assinatura da Licitante

ANEXO V
MODELO DE DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENOR
CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026

Empregador Pessoa Jurídica
Concorrência nº 004-2026

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, por seu representante legal o Sr. (a) _____, portador da cédula de identidade nº _____ e do CPF nº _____, **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei 14.133/21, acrescido pela Lei 9854/99, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz (XXX).

Local e data

Representante legal

ANEXO VI
MODELO DE PROCURAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026
PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 004-2026-IBIRAPUÃ/BA.

Poderes

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Ibirapua/BA, xx de xxxxx de 2026.

EMPRESA
CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO VII
MODELO DE TERMO DE ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES DO EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026

À
AGENTE DE CONTRATAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA

A signatária xxx, CNPJ xxx, por seu representante legal, declara estar de acordo com todos os termos da **Concorrência nº 004-2026** e de todos os seus anexos, todos de seu integral conhecimento, e de tudo que contém no Regulamento Geral de Contabilidade Pública –RGGPU, e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação.

Local e Data

Nome e assinatura da Licitante



ANEXO VIII
MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO ME/EPP
CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026

À Agente de Contratação Referente
Concorrência nº 004-2026

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº.
_____, domiciliada em _____,
DECLARA, sob as penas da lei, para fins do disposto no Art.3º da Lei
Complementar nº 123/2006, que:

Se enquadra como:
() MICROEMPRESA-ME ou
() EMPRESA DE PEQUENO PORTE-EPP;

A receita bruta anual da empresa não ultrapassa o disposto nos incisos I e
II do Art.3º da Lei Complementar nº 123/2006;

Não tem nenhum dos impedimentos do §4º do Art.3º da mesma Lei, ciente
da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e Data

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

Observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação.

ANEXO IX

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL

CONCORRÊNCIA Nº 004-2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026

Senhor Licitante,

Visando comunicação futura entre esta edilidade e essa empresa, solicito de Vossa Senhoria preencher o recibo de entrega do edital e remeter à Agente de Contratação da PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA. A não formalização do presente recibo exime à Egrégia Comissão de Licitação de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais.

Razão Social/Nome: _____
CNPJ/CPF nº _____
Endereço _____
E-mail: _____
Cidade: _____ Estado: _____ Telefone: _____
Pessoa para contato: _____

Recebemos da Agente de Contratação da PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ/BA, nesta data, cópia do instrumento convocatório da Licitação acima identificada.

Local e Data.
(Nome por extenso e RG)

ANEXO X

TERMO DE REFERÊNCIA PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 080-2026

1 OBJETO DA CONTRATAÇÃO

Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade e comunicação institucional, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada que tenham por objetivo o estudo, planejamento, concepção, criação, execução, distribuição e controle de veiculação de campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas.

Os serviços destinam-se à divulgação de ações, programas, serviços, obras, eventos internos e externos, bem como à realização de publicações de caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA.

2 JUSTIFICATIVA

A contratação visa assegurar a adequada divulgação das ações governamentais, garantindo transparência, publicidade e acesso à informação.

A comunicação institucional eficiente é essencial para: Informar a população sobre serviços públicos; promover campanhas educativas; cumprir exigências legais; e fortalecer a relação entre Administração e sociedade. A contratada deverá executar, de forma integrada estudos e diagnósticos de comunicação; planejamento de campanhas; definição de público-alvo e canais; desenvolvimento de conceitos criativos; produção de peças gráficas e audiovisuais; criação de identidade visual; planejamento e compra de mídia; distribuição de campanhas; controle e comprovação de veiculação; gestão de redes sociais e campanhas digitais; monitoramento de desempenho; pesquisas de opinião pública e avaliação de resultados das campanhas.

3 DOS VALORES E PAGAMENTO

Estima-se o valor global anual da contratação em **R\$ 182.054,40 (cento e oitenta e dois mil, cinquenta e quatro reais e quarenta centavos)**, a ser executado sob demanda.

O valor estimado compreende: Honorários da agência de propaganda; custos de produção de peças publicitárias; e investimentos em mídia (rádio, TV, internet, mídia impressa, entre outros).

3.1 Ressalta-se que os valores destinados à veiculação de mídia serão utilizados conforme necessidade da Administração, não havendo obrigatoriedade de execução integral do montante estimado.

3.1.1. Dotação orçamentária:

0201 – Gabinete do Prefeito

2007 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais - Gab. do Prefeito

33903900 – 15000000 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 152.015,40

0601 - FUNDO MUNICIPAL DE SAUDE

2036 - Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – FMS

33903900 - 15001002 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – R\$ 10.013,00

0701 - UNIDADE DE EDUCAÇÃO

3.2 A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

4 DO MODO DE DISPUTA E DO REGIME DE CONTRATAÇÃO

5.1. A presente contratação será realizada por meio de licitação na modalidade Concorrência Presencial, em conformidade com as disposições da Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei nº 14.133/2021.

5.2. Do critério de julgamento (modo de disputa): O julgamento das propostas será realizado pelo critério de **técnica e preço**, considerando: a avaliação do plano de comunicação publicitária; a capacidade técnica da licitante; a proposta de preços apresentada.

5.2.1. A proposta técnica será analisada por subcomissão técnica, nos termos da legislação específica aplicável.

5.3. O regime de execução será de **empreitada por preço unitário**, com execução **sob demanda**, considerando que os serviços serão solicitados conforme necessidade da Administração; não é possível definir previamente a quantidade exata de campanhas, peças ou ações; os pagamentos serão realizados com base nos serviços efetivamente executados.

5.4. A remuneração da contratada observará honorários da agência, conforme proposta vencedora; custos de produção, mediante comprovação; custos de veiculação (mídia), pagos conforme efetiva utilização.

5 VIGÊNCIA DO CONTRATO, PRAZO DE REALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS E FORMA DE ENTREGA.

O contrato terá vigência inicial de **6 (seis) meses**, contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente, até o limite legal, desde que demonstrada a vantajosidade para a Administração, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

Os serviços serão executados de forma contínua e sob demanda, conforme as necessidades da Administração. Para cada demanda específica, serão observados os seguintes prazos:

- **Apresentação de planejamento e/ou proposta criativa:** até 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do briefing;
- **Ajustes e revisões:** conforme solicitação da Administração, em prazo acordado entre as partes;
- **Entrega final das peças aprovadas:** até 5 dias úteis para peças digitais simples (posts, banners), 10 dias úteis para peças audiovisuais e materiais gráficos complexos e 15 dias úteis para campanha completa com produção terceirizada envolvendo compra de mídia;
- **Veiculação das campanhas:** conforme cronograma aprovado pela Administração.

Os prazos poderão ser ajustados de acordo com a complexidade de cada demanda, mediante justificativa e anuência da Administração.

A entrega dos serviços deverá observar as seguintes diretrizes:

- As peças publicitárias deverão ser apresentadas para aprovação prévia da Administração, em formato digital ou físico, conforme o caso;
- Após aprovação, a contratada deverá providenciar a produção e/ou veiculação;
- Os materiais digitais deverão ser entregues em formatos compatíveis com os canais de divulgação (imagens, vídeos, áudios, textos, etc.);
- Os materiais físicos, quando houver, deverão ser entregues em local indicado pela Administração;
- A contratada deverá apresentar comprovação da veiculação das campanhas, mediante relatórios, comprovantes e/ou declarações dos veículos de comunicação;
- Todos os materiais produzidos deverão ser disponibilizados à Administração, inclusive arquivos editáveis, quando aplicável.

O recebimento será realizado pelo fiscal do contrato, mediante verificação da conformidade com as especificações e aprovação das peças e campanhas; o recebimento poderá ser provisório e definitivo, conforme a natureza do serviço; o pagamento estará condicionado à comprovação da execução dos serviços.

7. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A contratada deverá executar os serviços em conformidade com as disposições deste Termo de Referência, da proposta apresentada e da legislação aplicável, especialmente a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021, obrigando-se a executar os serviços com qualidade técnica, observando as melhores práticas do mercado; atender às demandas da Administração de forma tempestiva e eficiente; cumprir os prazos estabelecidos para cada solicitação; submeter previamente à aprovação da Administração todas as peças e campanhas publicitárias; elaborar estudos, diagnósticos e planejamentos de comunicação; desenvolver conceitos criativos e estratégias publicitárias; produzir peças gráficas, digitais, audiovisuais e institucionais; garantir coerência com a identidade institucional do Município; planejar, negociar e executar a compra de mídia junto aos veículos de comunicação; garantir a correta veiculação das campanhas conforme aprovado; apresentar comprovantes de veiculação emitidos pelos veículos; realizar o controle das inserções publicitárias contratadas; apresentar relatórios periódicos contendo serviços executados, peças produzidas, mídias utilizadas, resultados alcançados; disponibilizar à Administração informações necessárias ao acompanhamento e fiscalização.

A contratada deverá responsabilizar-se integralmente pela execução dos serviços; arcar com todos os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais; garantir que os materiais produzidos não violem direitos autorais ou de terceiros; obter autorizações, cessões de direitos de uso de imagem, voz e conteúdo, quando necessário; manter sigilo sobre todas as informações e documentos fornecidos pela Administração; não divulgar conteúdos institucionais sem autorização prévia; adotar práticas que minimizem impactos ambientais; priorizar o uso de meios digitais; utilizar materiais recicláveis ou de menor impacto ambiental, quando aplicável; entregar todos os materiais produzidos à Administração; disponibilizar arquivos digitais em formatos editáveis, quando solicitado; garantir que os conteúdos possam ser reutilizados pela Administração.

Além disso, deve disponibilizar equipe técnica qualificada para atendimento contínuo; manter canal de comunicação ativo com a Administração; participar de reuniões sempre que convocada; cumprir todas as normas legais e regulamentares aplicáveis; reparar ou refazer serviços que apresentem falhas ou inadequações; atender às determinações do gestor e do fiscal do contrato.

8. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

A contratante deverá cumprir as disposições deste Termo de Referência e da legislação aplicável, especialmente a Lei nº 14.133/2021 e a Lei nº 12.232/2010, obrigando-se a disponibilizar à contratada todas as informações, dados e documentos necessários à execução dos serviços; elaborar e encaminhar os briefings das campanhas e ações de comunicação; esclarecer dúvidas e prestar orientações necessárias; analisar e aprovar, em tempo hábil, os planejamentos, peças publicitárias e campanhas apresentadas; solicitar ajustes e adequações quando necessário; definir prioridades e cronogramas de execução e ainda:

- a) Designar gestor e fiscais do contrato, nos termos da Lei nº 14.133/2021;
- b) Acompanhar, fiscalizar e avaliar a execução dos serviços;
- c) Verificar a conformidade das entregas com as especificações estabelecidas;
- d) Registrar ocorrências e adotar as providências cabíveis.
- e) Efetuar os pagamentos à contratada conforme as condições estabelecidas no contrato;
- f) Conferir notas fiscais, relatórios e comprovantes de execução antes da liberação dos pagamentos;
- g) Garantir a disponibilidade orçamentária para execução do contrato.
- h) Definir as diretrizes de comunicação institucional do Município; Garantir que as campanhas estejam alinhadas ao interesse público;
- i) Zelar pelo cumprimento dos princípios da publicidade institucional, especialmente quanto ao caráter educativo, informativo e de orientação social.
- j) Exigir da contratada relatórios de execução e comprovação de veiculação;
- k) Monitorar os resultados das campanhas;
- l) Avaliar a eficiência e efetividade das ações realizadas.
- m) Disponibilizar, quando necessário, acesso a sistemas, informações e espaços institucionais para execução dos serviços;
- n) Facilitar a interação entre a contratada e as secretarias demandantes.
- o) Aplicar sanções administrativas em caso de descumprimento contratual;
- p) Manter o equilíbrio econômico-financeiro do contrato;
- q) Praticar todos os atos necessários à boa execução contratual

9. GARANTIA CONTRATUAL

Não será exigida garantia contratual para a presente contratação.

A decisão fundamenta-se na natureza dos serviços a serem prestados, que possuem caráter predominantemente intelectual e execução sob demanda, não envolvendo, em regra, riscos relevantes de prejuízos imediatos à Administração que justifiquem a exigência de garantia.

Ademais, a contratação será acompanhada por gestor e fiscais designados, com controle rigoroso da execução dos serviços, especialmente quanto à comprovação das veiculações e dos custos de produção e mídia, o que mitiga eventuais riscos contratuais.

Ressalta-se, ainda, que os pagamentos serão realizados somente após a efetiva comprovação da execução dos serviços, mediante apresentação de relatórios e documentos comprobatórios, o que reforça a segurança da Administração quanto à correta aplicação dos recursos públicos.

Dessa forma, entende-se que a não exigência de garantia não compromete a execução contratual, estando em conformidade com os princípios da razoabilidade, economicidade e eficiência previstos na Lei nº 14.133/2021.

10. DO CREDENCIAMENTO

10.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Agente de Contratação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, credenciando apenas um representante legal a se manifestar, em qualquer fase desta Licitação, em nome da empresa, devendo este exhibir a cédula de identidade e/ou Carteira Nacional de Habilitação, Identidade Profissional (CREA, CRC, OAB, entre outros) no ato programado para a entrega dos INVÓLUCROS com as Propostas Técnica e de Preços.

10.1.1 Considerar-se-á legítimo representante da licitante, nas sessões desta Concorrência, aquele que detiver amplos poderes para tomar quaisquer decisões relativamente a todas as fases, inclusive renúncia de interposição de recursos, devendo, para tanto apresentar documento de identificação com fé pública, acompanhado de um dos seguintes documentos:

10.1.2 Instrumento particular de procuração, assinado pelo representante legal da empresa (Anexo IV).

10.1.3 A procuração particular deverá vir acompanhada de cópia autenticada do ato constitutivo e da última alteração contratual, para fins de comprovação dos poderes para constituir representantes.

10.1.4 A não apresentação desses documentos será fator impeditivo à atuação do representante nos procedimentos do presente certame.

10.1.5 Caso tratando-se de diretor, sócio ou proprietário da empresa licitante que comparecer ao local, deverá comprovar a representatividade por meio da apresentação: de Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social, do documento de eleição de seus administradores, devidamente registrados na Junta Comercial ou no Cartório de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, com certidão ou cópia dela, de que não houve alteração posterior na representatividade da licitante, acompanhado do documento de identidade que será entregue após a conferência.

10.2 – A licitante será responsável pelas declarações de seu preposto.

10.3 – As licitantes cujos envelopes não forem apresentados por representantes legais ou por procuradores e/ou credenciados ficarão impedidas de manifestar intenção de interposição de recurso ou praticar demais atos pertinentes ao certame.

10.4 - 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.

10.5 - Em todas as fases desta Concorrência será admitido apenas um representante por licitante e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma licitante.

11 – DA APRESENTAÇÃO E DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

11.1 – No dia, local e horário estabelecidos neste Edital, as licitantes interessadas entregarão as propostas técnicas e de preços ao Presidente da Agente de Contratação em 04 (quatro) envelopes fechados contendo cada um, além do nome, razão social e endereço da licitante (exceto o ENVELOPE “A”), a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado. Um quinto envelope, denominado ENVELOPE “E”, com os documentos de Habilitação somente será entregue pela licitante cuja proposta seja classificada após seu julgamento. A AGENTE DE CONTRATAÇÃO da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA fará a convocação para a apresentação do referido envelope oportunamente.

11.1.1 – ENVELOPE “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA NÃO IDENTIFICADA.

Este ENVELOPE não poderá conter qualquer marca ou identificação externa ou interna em seu conteúdo.

11.1.2 – ENVELOPE “B” – PLANO DE COMUNICAÇÃO IDENTIFICADO

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “B”

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Nome empresarial e CNPJ da licitante

11.1.3 – ENVELOPE “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS.

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “C”

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

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

11.1.4 – ENVELOPE “D” – PROPOSTA DE PREÇOS

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “D”

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

11.1.5 – ENVELOPE “E” – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – SOMENTE PARA LICITANTES CLASSIFICADA APÓS JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “E”

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

11.2 – Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA ENVELOPE “A”, que não deverá ser identificado.

11.3 – O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA será apresentado no Envelope “A”, sem a identificação da empresa, sob pena de DESCLASSIFICAÇÃO.

11.4 – O conteúdo do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, indicado no item 9.1.1.1, deverá ser acondicionado em envelope obrigatoriamente fornecido pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO, a pedido da Licitante.

11.5 – É vedada a aposição, neste envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, inclusive etiquetas.

11.6 – Havendo qualquer sinal de identificação no ENVELOPE “A”, nenhum Envelope será recebido e a Licitante ficará impedida de participar do certame, registrando-se em Ata.

11.7 – O Envelope a ser fornecido pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO será retirado pela licitante na Prefeitura Municipal de Ibirapua, Sala de licitações e contratos no seguinte endereço: Praça Lourival Pereira Barros, s/n, Centro – Ibirapua/BA.

11.8 – Apenas o ENVELOPE “A” - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA será fornecido pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO, devendo a licitante providenciar os demais envelopes necessários.

11.9 – Não serão aceitos pela Agente de Contratação quaisquer documentos ou envelopes que sejam encaminhados para o endereço eletrônico e-mail licitacaoibirapua@gmail.com ou que cheguem fora do horário estabelecido na pag. 01 do presente Edital, para o seu recebimento.

11.10 - A Agente de Contratação receberá os envelopes integrantes das “Propostas Técnica” e da “Proposta de Preços”, chamando à mesa o representante legal para apresentação do seu documento de identidade juntamente com o credenciamento.

11.11 – Os envelopes, com exceção do Envelope “A”, serão rubricados pelos representantes presentes e ficarão sob a guarda e responsabilidade da Agente de Contratação.

11.12 – Após a realização do credenciamento, que indicará os representantes das Licitantes durante o certame, a Agente de Contratação efetuará a abertura do Envelope “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, sem lançar no mesmo nem em seu conteúdo qualquer marca, código ou numeração. Os documentos do referido envelope poderão ser grampeados pela comissão e o envelope lacrado.

11.13 – Na mesma reunião de abertura do Envelope “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA ocorrerá a abertura do Envelope “C” - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO E TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS, ocasião em que todas as páginas serão rubricadas pelos membros da Comissão e por todos os representantes das

licitantes presentes ou por comissão formada com os representantes, para posterior análise técnica pela Subcomissão.

11.14 – Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via APÓCRIFA do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores. A desclassificação também ocorrerá caso conste no Envelope “C” qualquer elemento que possa identificar a autoria da proposta apócrifa.

11.15 - Após a abertura dos invólucros “A” e “C” da Proposta Técnica, e os vistos da Agente de Contratação e dos licitantes, a seção será suspensa para o julgamento destas propostas pela “Subcomissão Técnica” e será lavrada ata contendo os apontamentos dos licitantes, se houver.

11.16 – A análise dos documentos constantes dos Envelopes “A” e “C” pela Subcomissão Técnica dar-se-á em sessão reservada.

11.16.1 – Os membros da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

11.16.2 - Em caso de ocorrer diferença entre a maior e a menor pontuação superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a cada um dos quesitos com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

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

11.17 – Após o término do julgamento do conteúdo dos Envelopes “A” e “C”, o resultado será enviado às empresas via e-mail, na oportunidade em que também será divulgada a data, hora e local para a abertura do Envelope “B”.

11.17.1 – A sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “B” – PLANO DE COMUNICAÇÃO IDENTIFICADO tem a finalidade de confrontar a via sem identificação, constante do Envelope “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, com a via identificada, mantida em sigilo, constante do Envelope “B”.

11.17.2 – Nessa sessão serão processadas as notas técnicas dos Envelopes “A” e “C”, correlacionando-as com a identificação da licitante, consolidando as notas finais da Proposta Técnica.

11.17.3 - Será lavrada ata da seção, abrindo-se prazo recursal caso os licitantes não abram mão por escrito deste direito.

11.18 – Havendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta técnica, a Comissão poderá realizar, a seu exclusivo critério, a abertura dos Envelopes “D” - PROPOSTA DE PREÇOS nessa mesma sessão, cujo conteúdo será rubricado pelos membros da Comissão e licitantes presentes.

11.19 – Não ocorrendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado da classificação de propostas técnicas, será aberto prazo recursal e, depois de julgados os recursos eventualmente interpostos, dar-se-á a abertura dos Envelopes “D” – PROPOSTA DE PREÇOS, em data, hora e local a ser divulgada pela Agente de Contratação e enviados às empresas via e-mail.

11.20 – A Agente de Contratação poderá suspender a sessão para análise mais acurada das PROPOSTAS DE PREÇOS. Após análise das referidas propostas marcará data de sessão para divulgação dos resultados comunicando às empresas via e-mail.

11.21 – Na data marcada pela comissão haverá a divulgação do resultado da análise das Propostas de Preços. Havendo renúncia expressa de todas as licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta de preços, a Agente de Contratação convocará as licitantes que tiverem sua proposta classificada a apresentar o Envelope “E” – HABILITAÇÃO.

11.22 – Não ocorrendo renúncia expressa de todas as licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado de julgamento da Proposta de Preços, será aberto prazo recursal e, depois de julgados os recursos eventualmente interpostos, dar-se-á a convocação para apresentação do Envelope “E” de HABILITAÇÃO, sendo a referida convocação realizada à empresa via e-mail.

11.23 – Na data e hora marcada através da convocação descrita no item acima a Agente de Contratação receberá o Envelope “E” – HABILITAÇÃO das licitantes que tiverem sua proposta classificada. O Envelope e os documentos recebidos serão numerados e rubricados pela Agente de Contratação e representante presente.

11.24 – A Agente de Contratação poderá, a seu critério, suspender a sessão para análise dos Documentos de Habilitação, e divulgar posteriormente o resultado à empresa via e-mail, ocasião em que será aberto o prazo recursal.

11.25 – Não havendo recurso ou após o julgamento do mesmo será adjudicado o Objeto da presente licitação as licitantes que obtiverem a classificação.

11.26 – Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

11.27 – O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica ou o confronto com as condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório implicará na desclassificação da proposta.

11.28 - Não serão CONSIDERADAS quaisquer informações ou declarações apresentadas em um envelope que deveriam constar em outro.

11.29 - Os Envelopes de Propostas Técnicas “B” e de Preços “D” das Licitantes que não forem classificadas ficarão sob a guarda da Agente de Contratação, até a assinatura do Contrato, quando então estarão à disposição das empresas para retirá-los no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, após o qual serão dilacerados sem quaisquer formalidades;

11.30 - Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 90 (noventa) pontos.

12 - DA HABILITAÇÃO DAS LICITANTES VENCEDORAS NO JULGAMENTO TÉCNICO E DE PREÇOS

12.1.1. Habilitação Jurídica

- g) Ato constitutivo, Estatuto ou Contrato social devidamente registrado na forma da lei, em vigor, ou último aditivo consolidado;
- h) No caso de sociedade por ações e sociedades comerciais, os documentos deverão ser apresentados acompanhados de documentos da ata da assembleia que elegeu de seus atuais administradores;
- i) Registro comercial, no caso de empresa individual, perante a Junta Comercial, da sede ou domicílio da Licitante;
- j) No caso de sociedades civis, inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- k) Decreto de autorização, em se tratando 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;
- l) Documento de identidade dos responsáveis legais da Licitante.

12.1.1.1. Da documentação mencionada acima, deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividade da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência.

12.1.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

- j) Certificado de Registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), expedido pela Receita Federal;
- k) Certificado de Regularidade de Situação - CRS, relativo ao FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal, em vigor, na data de apresentação dos documentos de habilitação;
- l) 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;
- m) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, emitida pelo Tribunal Superior do Trabalho;
- n) Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Estaduais e à Dívida Ativa do Estado;
- o) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Estaduais e à Dívida Ativa do Estado, da sede da licitante;
- p) Certidão Negativa de Tributos do Município, expedida pela Secretaria da Fazenda do Município da sede da LICITANTE;
- q) Prova de Inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, se houver, da sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência.
- r) Declaração da licitante, comprovando o fiel cumprimento das recomendações trazidas pelo Artigo 7º da Constituição Federal, em seu inciso XXXIII, isto é que não utiliza trabalho de menores de 18 (dezoito) anos na execução de serviços perigosos ou insalubres, nem de

menores de 16 (dezesseis) anos para trabalho de qualquer natureza, de acordo com o Anexo V deste instrumento.

12.1.2.1. As certidões mencionadas nas alíneas “a” a “i” poderão ser apresentadas através de certidões obtidas pela internet, ou da forma usual, emitida diretamente pelas mencionadas repartições.

12.1.2.2. As certidões que não apresentarem prazo de validade serão consideradas válidas pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados da data da respectiva emissão.

12.1.2.3. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta tenha alguma restrição.

12.1.2.4. Havendo restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 02 (dois) dias úteis, contados a partir do momento em que o proponente for declarado vencedor, prorrogável por igual período, a critério da Agente de Contratação, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento de débito e emissão de eventuais certidões negativas.

12.1.2.5. A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem 7.1.2.5. Implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, sendo facultado à CONTRATANTE convocar a LICITANTE remanescente na ordem de classificação, para a assinatura do contrato.

12.1.3. Qualificação Técnica

- c) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em característica, com o objeto da licitação, mediante a apresentação de no mínimo 03 (três) declarações, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou a declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência;
- d) Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP (Parágrafo 1º do artigo 4º da Lei 12.232/10);

12.1.4. Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, cuja pesquisa tenha sido realizada em data não anterior a **30 (trinta) dias** da data prevista para a apresentação dos envelopes.

b) Certidão negativa de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

c) Nas hipóteses em que a certidão encaminhada for positiva, deve o licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor.

d) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no parágrafo 6º. do artigo 69 da lei n. 14.133/21, com os respectivos termos de abertura e encerramento, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada sua substituição por balancetes ou

balanços provisórios, devidamente registrados no órgão competente e assinados por contador; podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

a) Nos casos de empresas recém-constituídas, com tempo de atividade inferior a 01 (um) ano, a alínea “d” deverá ser substituída por balanço de abertura, devidamente registrado ou autenticado no órgão competente e assinado por contador;

b) Nos casos de sociedades regidas pela Lei Federal nº 6.404/76 (sociedade anônima), deverá ser apresentado através de publicação em Diário Oficial, na hipótese de ser legalmente obrigatório para a licitante;

c) A boa situação financeira de todas as licitantes será avaliada pelos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1,00 (um), e índice de Endividamento Total (ET), igual ou menor a 0,50, resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial, apresentados em documento específico, assinado pelo representante legal da empresa e contador, registrado no Conselho Regional de Contabilidade (CRC), devidamente identificados:

- **LC (Índice de Liquidez Corrente)**

$$LC = \frac{AC}{PC}$$

Onde: **AC** = Ativo Circulante / **PC** = Passivo Circulante

- **LG (Índice de Liquidez Geral)**

$$LG = \frac{AC + RLP}{PC + ELP}$$

Onde: **AC** = Ativo Circulante, **RLP** = Realizável a Longo Prazo, **PC** = Passivo Circulante, **ELP** = Exigível a Longo Prazo

- **ET (Índice de Endividamento Total)**

$$ET = \frac{PC + ELP}{AT}$$

- Onde: **PC** = Passivo Circulante, **ELP** = Exigível a Longo Prazo, **AT** = Ativo Total

DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

a) Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, de que se não emprega mão-de-obra de menor, e de inexistência de fato impeditivo (cf. art. 14 da Lei 14.133/21);

b) Declaração formal do licitante afirmando ser Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte ou equiparado, quando couber e que cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n. 123/2006, bem como os requisitos dispostos nos parágrafos 1º. Ao 3º. Do artigo 4º. Da lei 14.133/21.

c) Declaração de Inexistência de Fatos Superveniente.

12.1.4.1. Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

- d) Em nome da licitante e com o nº do CNPJ e endereço respectivo;
- e) Todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, conforme o caso, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz; e
- f) Não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

12.2. Será inabilitada a licitante que deixar de apresentar qualquer um dos documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com as exigências previstas neste Edital.

13 - DAS PROPOSTAS

13.1 – As propostas deverão ser apresentadas nos envelopes “A”, “B”, “C” e “D”, na forma prevista no item 6 e deverão atender os seguintes requisitos:

13.1.1 – Serem redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre e o nome da proponente, a referência a esta licitação, endereço completo, número do telefone e endereço eletrônico – e-mail, quando existente, com exceção do Envelope “A” – **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação;**

13.1.2 – Serem entregues no local, dia e hora estabelecidos neste Edital;

13.1.3 – Terem as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas e carimbada em sua página final, bem como rubricadas em todas as demais folhas pelo representante legal da licitante, com exceção do Envelope “A” - **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação;**

13.1.4 – Terem indicação, no envelope “D”, de que o prazo de validade não será inferior a 60 (sessenta) dias contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que, na omissão, será considerado esse prazo;

13.1.5 – Deverão ser indicados na proposta de preços os nomes e cargos dos representantes legais que assinarão o Contrato, em obediência à disposição contida em seus documentos constitutivos, endereço completo da sede da Licitante, telefone e e-mail, se houver.

13.1.6 - Declaração de que a licitante dispõe de estrutura operacional apta ao atendimento das demandas da contratante, comprometendo-se a garantir suporte por meio de uma das seguintes formas: sede, escritório, representante local ou atendimento remoto com

disponibilidade para atendimento presencial no Município de Ibirapuã/BA, sempre que solicitado.

13.1.6.1 – Caso a licitante não possua, no momento da apresentação da proposta, sede, escritório ou representante local no Município de Ibirapuã/BA, deverá declarar que providenciará sua instalação ou disponibilização no prazo máximo de 15 (quinze) dias contados da assinatura do contrato.

13.1.6.2 – A declaração de que trata este item deverá ser apresentada no Envelope “C” – Capacidade de Atendimento.

13.2 – Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão e ainda cujo **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** apresentem quaisquer sinais, marcas que permitam sua identificação.

14 – DA PROPOSTA TÉCNICA

14.1 – A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes “A”, “B”, e “C” na forma prevista no item 6 e deverá atender os seguintes requisitos:

ENVELOPE “A”

13.1.1 No ENVELOPE “A” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, elaborado com base no *Briefing (Anexo I)*.

13.1.1.1 Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (ENVELOPE “A”)** que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Agente de Contratação, a pedido da licitante.

13.1.1.1.1 O ENVELOPE PADRONIZADO – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser retirado obrigatoriamente pela interessada de segunda a sexta-feira, das 08h às 14h, até 72 horas antes da abertura do certame, na Sede da Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA, no endereço Praça Lourival Pereira Barros, s/n, Centro, Ibirapuã/BA.

13.1.1.1.2 Apenas o ENVELOPE “A” – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA SERÁ FORNECIDO, os demais devem ser providenciados pela licitante.

13.1.1.2 O ENVELOPE “A” - VIA NÃO IDENTIFICADA deverá estar **sem fechamento e sem rubrica.**

13.1.1.3 Para preservar – até a abertura do ENVELOPE “B” – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada, o ENVELOPE “A” não poderá:

- e) ter nenhuma identificação;
- f) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- g) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante;
- h) estar em desacordo com o tamanho, as fontes tipográficas, o espaçamento de parágrafos, as quantidades e as formas dos exemplos das peças e outros aspectos pertinentes, com exceção das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia.

ENVELOPE “B”

13.1.2 No ENVELOPE “B” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, com o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

13.1.2.1 O ENVELOPE “B” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “B”

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Nome empresarial e CNPJ da licitante

13.1.2.2 O ENVELOPE “B” deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

13.1.2.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – deverá ser datado, carimbado e assinado na última página, bem como rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante.

ENVELOPE “C”

13.1.3 No ENVELOPE “C” – Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas, deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

13.1.3.1 O ENVELOPE “C” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação

Concorrência nº 004-2026

ENVELOPE “C”

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

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

13.1.3.2 O ENVELOPE “C” 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.

13.1.3.3 O ENVELOPE “C” e os documentos nele acondicionados terão a identificação da licitante, bem como serão carimbados e assinados na última página e rubricados nas demais.

13.1.3.4 O ENVELOPE “C” não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Apócrifo – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE “B”

ENVELOPE “D”

13.1.4 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Agente de Contratação acondicionada no Envelope “D”.

13.1.4.1. O ENVELOPE “D” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação
Concorrência nº 004-2026
ENVELOPE “D”

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

13.1.4.2 O ENVELOPE “D” será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação da licitante, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, carimbada e assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da licitante devidamente credenciado.

14- DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

14.1- A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada da seguinte forma:

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

14.2 - O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada - Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia**, deverá ser apresentado em folhas soltas, sem qualquer tipo de encadernação, da seguinte forma:

- em papel offset branco, formato A4, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, bem como nos títulos e entre títulos;
- com textos justificados;
- com espaçamento ‘simples’ entre as linhas e opcionalmente duplo após títulos, entretítulos e entre parágrafos;
- com texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12’,
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página; e sem identificação da licitante.

14.2.1 - Os subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter gráficos e ou tabela, observadas as seguintes regras:

14.2.2- Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

14.2.2.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, devendo ser contada como duas páginas para efeito de numeração.

14.2.3 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente.

14.2.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do INVÓLUCRO “B”.

14.2.5 - Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária prevista no subitem 14.3.1 e 14.3.2 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

14.2.6. - Os textos da Ideia Criativa composto por 02 (duas) páginas e a Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

14.2.7 - Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

14.2.8 - Com a finalidade de separar os subquestos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia, podem ser utilizadas páginas isoladas, com o título de cada subquesto, que não deverão ser numeradas, nem serão contabilizadas ao limite determinado no item 14.2.5 e 14.2.6.

14.3-O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

14.3.1 - Raciocínio Básico: Composto de um texto com (04) quatro páginas, em que a licitante deve expressar seu conhecimento da história e da natureza institucional da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, suas principais linhas de atuação e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária; no atual contexto social, político e econômico; a extensão, a qualidade e as formas do relacionamento com seus públicos; e a acuidade de compreensão do problema geral e do específico de comunicação, expressos no Briefing (Anexo I).

14.3.2-Estratégia de Comunicação Publicitária: Constituída de texto com (06) páginas em que a licitante exporá o partido temático que irá fundamentar a resposta ao problema de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA, especificado no Briefing (Anexo I), defendendo de maneira lógica e pertinente essa opção, mostrando sua adequação à natureza e à qualificação da instituição e a riqueza de desdobramentos. O texto deverá ainda evidenciar o pensamento estratégico geral de comunicação para Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA e apresentar seus desdobramentos e a cobertura do público-alvo prioritários.

- c) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

- d) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

14.4 Ideia Criativa: Apresentação pela Licitante da Campanha Publicitária, observadas as seguintes disposições: compostas por (02) duas páginas.

- c) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e ou material, observadas as condições estabelecidas no briefing quanto aos quantitativos.
- d) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as 06 (seis) peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

14.4.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 14.4 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

14.4.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente' (item 14.4.3), a relação prevista na alínea 'a' do subitem 14.4 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

14.4.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 14.4

a) estão limitados ao quantitativo 06 (seis), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) Podem ser apresentados sob a forma de:

- b1) roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;
- b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema;
- b4) outros.

e) Só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

14.4.3.1. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 14.4.3, devem ser observadas as seguintes regras:

14.4.3.1.1.1 As reduções e variações de formato não serão consideradas como peças;

14.4.3.1.1.2 Cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

14.4.3.1.1.3 Anúncio composto de páginas sequenciais, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerado uma peça se o conjunto transmitir mensagens única;

14.4.3.1.1.4 Anúncio para *tablets* e similares com mais de uma página será considerado uma peça;

- 14.4.3.1.1.5 Adesivagem e similares será considerada uma peça;
- 14.4.3.1.1.6 Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- 14.4.3.1.1.7 Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- 14.4.3.1.1.8 Um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

14.4.3.1.1.9 Um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça;

14.4.3.1.1.10 Um jogo interativo impresso ou online será considerado uma peça.

14.4.3.2 Na apresentação de proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

14.4.3.2.1 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 10.4.

14.4.3.2.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom ou Pen-Drive normalmente encontrados no mercado, sem identificação da proponente, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

14.4.3.2.3. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos ou imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

14.4.3.2.4. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

14.4.3.2.5. As peças gráficas poderão ser impressas em papel offset branco, 75 gr/m2 a 90 gr/m2, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passepertout*, observado que as peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro "A" podem ser dobradas.

14.4.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- c) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

14.4.4.1 Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 10.4 deverão constar dessa simulação de plano de distribuição.

14.4.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- h) O período de distribuição das peças e ou material;
- i) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- j) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação online, de adesivagem ou assemelhados, separadamente por meios;
- k) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça, destinada a veículos de divulgação;
- l) As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- m) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- n) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

14.4.4.3. Nessa simulação:

- e) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- f) Devem ser desconsiderados os custos internos;
- g) Deve ser considerado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, valores brutos, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- h) Será admitida a utilização de mídia programática.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

14.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado, carimbado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

14.6. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, formato A4, diagramação livre, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas, carimbadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.6.1. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

14.7. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- f) relação nominal dos seus principais clientes atuais à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- g) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- h) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- i) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- j) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Ibirapua, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

14.8. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, formato A4, diagramação livre, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas, carimbadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.8.1 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

14.8.2. A licitante deverá **apresentar 5 (cinco) peças ou material**, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

14.8.2.1. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2021.

14.8.2.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen-Drive, DVD ou CD.

14.8.2.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

14.8.2.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples.

14.8.3. Para cada peça e ou material, 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

14.8.4. As peças e ou material não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Ibirapua/BA seja ou tenha sido signatária.

14.9 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

14.9.1 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, formato A4, diagramação livre, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas, carimbadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.9.2 Qualquer página com os documentos e informações poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

14.9.3 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE “B”.

14.9.4 A licitante deverá apresentar **2 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

14.9.4.1 As propostas de que trata o subitem 14.9.4 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2021.

14.9.4.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista.

14.9.4.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados (assinados) pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Ibirapua seja ou tenha sido signatária.

14.9.4.4 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

14.9.5 É permitida a inclusão de **até 5 (cinco) peças e ou material**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- IV - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen-drive, DVD ou CD;
- V - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- VI – Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

15– DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

15.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

15.2. Plano de Comunicação Publicitária – 70 pontos

Subquesito	Pontuação Máxima
Raciocínio Básico	10 Pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	25 Pontos
Ideia Criativa	25 Pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 Pontos

15.2.1. Critérios de Avaliação do Plano: Compreensão do briefing; coerência e consistência da estratégia; criatividade e inovação; Clareza e objetividade; viabilidade de execução, conforme segue:

15.2.1. Raciocínio Básico – 10 (Pontos) a compreensão sobre:

- d) as funções e do papel da Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA, nos contextos social, político e econômico; 0 a 2 (pontos)
- e) sobre o cumprimento do objeto do item da licitação; 0 a 2 (pontos)
- f) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA; 0 a 3 (pontos)
- d) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA, para enfrentar esse (s) desafio (s) ou problema (s). 0 a 3 (pontos).

15.2.2.1 Estratégia de Comunicação Publicitária - 25 pontos

- g) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s); 0 a 4 pontos
- h) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; 0 a 4 pontos
- i) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA, com seus públicos; 0 a 4 pontos
- j) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuã/BA; 0 a 5 pontos
- k) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; 0 a 4 pontos
- l) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapuã seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico de comunicação a ser(em) enfrentado(s), seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível. 0 a 4 pontos

15.2.2.2 Ideia Criativa - 25 pontos

- k) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s) geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapua; 0 a 2 pontos
- l) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; 0 a 2 pontos
- m) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; 0 a 2 pontos
- n) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; 0 a 2 pontos
- o) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; 0 a 3 pontos
- p) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; 0 a 3 pontos
- q) sua pertinência às atividades de comunicação da Prefeitura Municipal de Ibirapua e sua inserção nos contextos social, políticos e econômico; 0 a 3 pontos
- r) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; 0 a 3 pontos
- s) a exequibilidade das peças e ou do material; 0 a 2 pontos
- t) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos. 0 a 3 pontos

15.2.2.3 Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos

- g) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; 0 a 1 ponto
- h) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; 0 a 1,5 pontos
- i) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores; 0 a 1,5 pontos
- j) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Ibirapua; 0 a 2 pontos
- k) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; 0 a 2 pontos
- l) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. 0 a 2 pontos

15.2.3 – Capacidade de Atendimento – 10 pontos

Critério	Pontuação
Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	0 a 2 pontos
Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	0 a 2 pontos
Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Ibirapua	0 a 2 pontos
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	0 a 2 pontos
operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Ibirapua e a licitante, esquematizado na proposta	0 a 2 pontos

15.2.4 – Repertório – 10 pontos

Critério	Pontuação
Pertinência das soluções apresentadas	0 a 4 pontos
Qualidade da execução	0 a 2 pontos
Clareza e apresentação	0 a 4 pontos

15.2.5 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 pontos

Critério	Pontuação
Evidência de planejamento publicitário	0 a 2 pontos
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	0 a 3 pontos
Relevância dos resultados apresentados	0 a 2 pontos
Concatenação lógica da exposição	0 a 3 pontos

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

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

- a) **Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta)**
 - a1) Raciocínio Básico: 10 (dez)
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco)
 - a3) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco)
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)
- b) Capacidade de Atendimento: 10 (dez)
- c) Repertório: 10 (dez)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

15.3.2 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do §4º da Lei nº 12.232/2010.

- b) As atas descritivas deverão ser individuais, apesar de ser facultado aos avaliadores deliberação coletiva para julgamento das propostas, sempre observando os critérios presentes neste edital.

15.3.2.1 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, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

15.3.2.2 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.

- b) É permitida, bem como recomendada, a discussão entre os membros sorteados para integrar a subcomissão técnica das propostas apresentadas, como forma de evitar discrepâncias de ordem a ferir a diferença permitida na Legislação.

15.3.3 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

15.3.4 Serão consideradas classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem a maior nota.

15.4 Será desclassificada a Proposta que:

- d) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- e) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (Setenta) pontos, que corresponde à média 7, da pontuação máxima atribuída;
- f) obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem o subitem 15.3.1.

15.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante melhor classificada nesta fase, será considerada a que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes as letras **a3); a2); b) e c) do subitem 11.3.1.**

15.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Agente de Contratação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

16- DA PROPOSTA DE PREÇOS

16.1 A Proposta de Preço deverá ser entregue à Agente de Contratação acondicionada no Invólucro “D”.

ENVELOPE “D”

16.1.1. O ENVELOPE “D” deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Agente de Contratação
Concorrência nº 004-2026
ENVELOPE “D”
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da Licitante

16.1.1.1. O ENVELOPE “D” será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16.1.1.2. A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação da licitante, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, carimbada e assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da licitante devidamente credenciado.

16.2. – DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

16.2.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- f) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

- g) datada e assinada na última página e rubricada nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- h) **vedada a cobrança de qualquer outro tipo de comissão, honorário ou bônus de veiculação sobre os trabalhos de mídia e/ou produção que extrapole as comissões de 20% (vinte por cento) para veiculação, 15% (quinze por cento) para produção e 5% (cinco) quando a responsabilidade da AGÊNCIA limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.**
- i) O desconto que será concedido ao cliente sobre os custos internos de criação e produção da agência, não inferior a 10% (dez por cento), apurados em relação à Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia – SINAPRO/BA, ou superior a 30% (trinta por cento), nos termos do art.11 da Lei Federal nº4.680/1965.
- j) O prazo de pagamento, pela cliente, dos serviços e dos custos internos e de produção da própria agência, não inferior a 30 (trinta) dias úteis do aceite da comprovação da execução dos serviços, ou seja, da certificação da Nota Fiscal.

A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III.

16.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual;

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Ibirapua.
 - a.1 aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
 - a.2 aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Prefeitura Municipal de Ibirapua as vantagens obtidas;
- c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato (Anexo II).

16.4. - Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

16.5. Quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos à Prefeitura Municipal de Ibirapua, sem ônus adicionais.

16.5.1 A apresentação da proposta implicará na plena aceitação, por parte da Licitante, das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

16.5.2 Declaração de validade da proposta por prazo não inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura dos INVÓLUCROS;

16.5.3 Declaração em papel timbrado com CNPJ, nome e endereço da pessoa jurídica, indicando o nome, qualificação, endereço e CPF do seu representante legal que assinará o contrato;

16.5.4 Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do presente Edital e seus Anexos, sejam omissas ou apresentem irregularidades insanáveis.

16.6. Indicar nome ou razão social do Licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone e endereço eletrônico - e-mail, bem como nome do representante, profissão, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa.

16.6.1 Constar nome do banco, agência e número de conta corrente onde deseja receber seus créditos.

16.7– Tratamento dos Direitos Autorais:

A licitante fará constar declaração de que tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

16.7.1 – Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva à Prefeitura Municipal de Ibirapua dos direitos patrimoniais de uso;

16.7.2 – Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

16.7.3 – Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas pré-existentes, inclusos nesses orçamentos

DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

16.8 - As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

16.9 - Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preço baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

16.10 - Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III, ressalvado observando-se o que regulamenta o art. 11 da Lei 4.680/1965 e art. 3º da Lei 12.232/2010, não será aceito:

a) Percentual de desconto inferior a 10% (dez por cento) ou superior a 30% (trinta por cento) a ser concedido ao CONTRATANTE sobre os custos internos dos serviços executados pela LICITANTE baseados na tabela emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da BAHIA – SINAPRO/BA, a título de ressarcimento;

16.10.1 - Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Agente de Contratação considerará o preço por extenso.

16.11- Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da BAHIA que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTOS INTERNOS
100	30%

80	25%
60	20%
40	15%
20	10%

17- DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

17.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto 36 a 38 da Lei nº 14.133/2021 para o tipo **TÉCNICA E PREÇO**.

17.2. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, conforme disposto no art. 5º da Lei 12.232/2010 e nos arts. 36 e seu parágrafo 2º. da Lei 14.133/21, estabelecendo-se o peso 0,70 para a Proposta Técnica e peso 0,30 para a Proposta de Preço.

17.3. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

17.3.1. A Pontuação Final (PF) das licitantes será obtida mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPP \times 0,30)$, onde NFPT é a Nota Final da Proposta Técnica (escala de 0 a 100) e NFPP é a Nota da Proposta de Preços calculada a partir do desconto ofertado conforme a tabela de valoração. Detalhar o cálculo do NFPP: a oferta com maior desconto recebe 100 pontos e as demais são calculadas por proporcionalidade.

17.3.2. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- ideia Criativa;
- Raciocínio Básico e
- Estratégia de Mídia e Não Mídia

17.3.2.1. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

17.3.2.2. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

17.3.2.3. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

17.3.2.4. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

a. FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO E ACOMPANHAMENTO DA EXECUÇÃO

A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por servidor(es) designado(s) pela Administração, na qualidade de gestor e fiscal(is) do contrato, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

A Administração designará formalmente: Gestor do contrato, responsável pela coordenação geral;

Fiscal(is) do contrato, responsáveis pelo acompanhamento da execução dos serviços.

Compete ao gestor: Coordenar a execução contratual; acompanhar o cumprimento das obrigações pactuadas; autorizar demandas e validar o planejamento das ações; controlar prazos, valores e saldo contratual; adotar providências em caso de irregularidades; solicitar aplicação de sanções, quando necessário.

Compete ao fiscal: acompanhar a execução dos serviços prestados; verificar a conformidade das peças e campanhas com as especificações aprovadas; conferir relatórios apresentados pela contratada; validar a comprovação de veiculação das campanhas; conferir notas fiscais, documentos de cobrança e custos de

mídia e produção; registrar ocorrências e comunicar ao gestor eventuais irregularidades; emitir ateste para fins de pagamento.

A fiscalização será realizada de forma contínua, mediante: Análise de relatórios periódicos apresentados pela contratada; verificação dos comprovantes de veiculação emitidos pelos veículos de comunicação; acompanhamento dos cronogramas das campanhas; reuniões periódicas para alinhamento das ações; utilização de controles internos e registros formais das demandas.

Os pagamentos estarão condicionados à comprovação da efetiva execução dos serviços; deverão ser apresentados documentos comprobatórios, tais como: relatórios de execução; comprovantes de veiculação; notas fiscais dos serviços e da mídia; e o fiscal do contrato deverá validar previamente tais documentos.

Todas as ocorrências relacionadas à execução contratual deverão ser registradas; e em caso de descumprimento contratual, o gestor deverá adotar as medidas cabíveis, inclusive aplicação de sanções.

A Administração poderá, sempre que necessário, contar com apoio técnico especializado para auxiliar na análise e fiscalização dos serviços contratados, especialmente quanto à avaliação de campanhas e resultados

b. DA MEDIÇÃO DOS SERVIÇOS

A medição ocorrerá mensalmente, considerando os serviços efetivamente executados no período, mediante apresentação de relatório detalhado pela contratada, contendo: descrição das campanhas e ações realizadas; relação das peças publicitárias produzidas; indicação dos meios de divulgação utilizados; períodos de veiculação; valores relativos à produção, mídia e honorários da agência.

Para fins de medição e pagamento, a contratada deverá apresentar documentação comprobatória, incluindo: Comprovantes de veiculação emitidos pelos veículos de comunicação (rádio, TV, internet, mídia impressa, entre outros); notas fiscais dos serviços prestados; documentos fiscais de fornecedores envolvidos (produção e mídia), quando aplicável; relatórios de execução das campanhas.

A medição será analisada e validada pelo fiscal do contrato; o ateste somente será realizado após a verificação da conformidade dos serviços executados com as demandas previamente autorizadas; o pagamento ficará condicionado ao ateste da execução. Somente serão considerados aptos para medição e pagamento os serviços que: Tenham sido previamente autorizados pela Administração; estejam em conformidade com o planejamento aprovado; possuam comprovação de execução e veiculação; atendam aos padrões de qualidade exigidos.

Considerando a execução sob demanda, a medição não implicará obrigação de utilização integral do valor estimado do contrato, sendo os pagamentos realizados exclusivamente pelos serviços efetivamente executados.

20. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de nota fiscal da contratada; relatório detalhado dos serviços executados; comprovação da veiculação das campanhas; documentos fiscais relativos aos custos de produção e mídia, quando aplicável.

O pagamento ficará condicionado ao ateste do fiscal do contrato quanto à execução dos serviços; à verificação da conformidade das campanhas com o planejamento aprovado; à comprovação da efetiva veiculação das peças publicitárias.

A remuneração da contratada será composta por honorários da agência, correspondentes aos serviços de planejamento, criação, execução e acompanhamento das campanhas, conforme percentual ou valor definido na proposta vencedora; custos de produção, referentes à produção de peças publicitárias (gráficas, audiovisuais, digitais, entre outras), mediante prévia autorização da Administração e apresentação de orçamentos; custos de mídia, relativos à veiculação das campanhas nos veículos de comunicação, mediante comprovação das inserções realizadas. O pagamento será efetuado no prazo de

até 30 (trinta) dias, contados da data de apresentação da documentação completa e devidamente atestada pelo fiscal do contrato.

Serão realizadas as retenções legais de tributos e contribuições, conforme legislação vigente; a contratada é responsável pelos encargos fiscais, trabalhistas e previdenciários decorrentes da execução do contrato.

c. DA POSSIBILIDADE DE SUBCONTRATAÇÃO

É vedada a subcontratação de outras Agência de propaganda, sendo permitida exclusivamente para atividades acessórias e complementares à execução do objeto, tais como:

- Produção gráfica e audiovisual;
- Impressão de materiais;
- Serviços técnicos especializados auxiliares;
- Execução de serviços de apoio à veiculação.

Não será permitida a subcontratação das atividades principais da agência, especialmente:

- Planejamento estratégico de comunicação;
- Criação publicitária;
- Coordenação e gestão das campanhas.

A subcontratação dependerá de prévia e expressa autorização da Administração; comprovação da capacidade técnica da empresa subcontratada; observância das normas legais e contratuais aplicáveis. A contratada permanecerá integralmente responsável pela execução do contrato, inclusive pelos serviços subcontratados; a subcontratação não transfere à subcontratada qualquer vínculo com a Administração; a contratada responderá por eventuais falhas, danos ou prejuízos decorrentes da atuação da subcontratada. É vedada a subcontratação total do objeto; é vedada a subcontratação de empresa que tenha participado do processo licitatório, salvo nos casos admitidos pela legislação; é vedada a subcontratação que comprometa a qualidade, a eficiência ou o controle da execução contratual.

d. SANÇÕES

Constituem infrações administrativas, dentre outras: Dar causa à inexecução total ou parcial do contrato; não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado; não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida; ensejar o retardamento da execução dos serviços; executar os serviços em desacordo com as especificações; apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa; cometer fraude na execução do contrato; comportar-se de modo inidôneo; praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da contratação; praticar atos lesivos à Administração Pública. Poderão ser aplicadas à contratada as seguintes sanções:

a) Advertência, aplicada em casos de infrações leves, que não acarretem prejuízo significativo à Administração.

b) Multa, Poderá ser aplicada multa, observando-se:

- **Multa moratória:** pelo atraso injustificado na execução dos serviços, no percentual de até **0,5% (meio por cento) por dia** de atraso, limitada a 10% do valor da obrigação;
- **Multa compensatória:** em caso de inexecução total ou parcial, no percentual de até **10% do valor do contrato**.

c) Impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 3 (três) anos, nos casos previstos na legislação.

d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, nos casos de infrações mais graves, conforme disposto na Lei nº 14.133/2021.

As sanções poderão ser aplicadas cumulativamente, conforme a gravidade da infração; a aplicação observará a proporcionalidade, a razoabilidade e a gravidade da conduta; será assegurado o direito ao contraditório e à ampla defesa; as penalidades serão registradas nos sistemas competentes. As multas poderão ser descontadas de pagamentos devidos à contratada; na impossibilidade de desconto, a

contratada será notificada para recolhimento; o não pagamento poderá ensejar inscrição em dívida ativa. A aplicação de sanções poderá ser acompanhada da rescisão contratual, nos casos previstos na Lei nº 14.133/2021.

23. DA SUSTENTABILIDADE

A contratada deverá adotar, sempre que possível prioridade à utilização de meios digitais de comunicação, em substituição a materiais impressos; planejamento das campanhas com foco na redução de desperdícios de materiais; utilização de soluções que promovam eficiência no uso de recursos naturais. Quando houver produção de materiais físicos, a contratada deverá priorizar o uso de materiais recicláveis ou biodegradáveis; utilizar insumos que causem menor impacto ambiental; reduzir o consumo de papel e de outros recursos; promover a destinação ambientalmente adequada dos resíduos gerados; incentivar a reutilização de materiais sempre que possível; adotar práticas de descarte responsável de materiais publicitários. Quando aplicável, a contratada deverá realizar o recolhimento de materiais utilizados em campanhas físicas (como banners e estruturas); promover sua destinação adequada, incluindo reaproveitamento ou reciclagem. A contratada também deve priorizar o uso de tecnologias e equipamentos que contribuam para a redução do consumo de energia; buscar soluções que otimizem o uso de recursos energéticos na produção e veiculação de conteúdos. As práticas sustentáveis deverão ser compatíveis com a natureza do objeto, não sendo exigidas medidas que comprometam a viabilidade técnica ou econômica da contratação.

24. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

A participação no certame implica plena aceitação das condições estabelecidas neste Termo de Referência e demais documentos que compõem o processo de contratação. Os serviços deverão ser executados em conformidade com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, bem como com as diretrizes da comunicação pública, especialmente quanto ao caráter educativo, informativo ou de orientação social. É vedada a utilização dos serviços contratados para promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, nos termos do art. 37, §1º, da Constituição Federal. A contratada deverá observar todas as normas legais e regulamentares aplicáveis à execução do objeto, especialmente as disposições da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021. Os casos omissos serão resolvidos pela Administração, à luz da legislação vigente e dos princípios que regem a Administração Pública. Eventuais dúvidas ou divergências na interpretação deste Termo de Referência deverão ser dirimidas pela Administração, priorizando-se o interesse público. Este Termo de Referência integra o processo administrativo e servirá de base para a elaboração do edital e do contrato. Planta

Ibirapua - BA, 02 de junho de 2026.

Rafael Soares Pereira Lima
Secretário Municipal de Administração