



CONCORRÊNCIA Nº C004/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 050/2025

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



EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº C004/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 050/2025

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. A Prefeitura Municipal de Jaguarari, doravante denominado **MUNICÍPIO DE JAGUARARI**, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, torna público aos interessados que realizará Concorrência, do tipo **Técnica e Preço**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação e atividades complementares, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, com um caráter educativo, informativo e de orientação social, para os órgãos da Prefeitura Municipal de Jaguarari.

2.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a)** ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;
- b)** à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c)** à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- d)** à elaboração de marcas, de expressão, de propaganda, de logotipos, e de outros elementos de comunicação visual.

2.2.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

2.2.2. O planejamento previsto no subitem 2.1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

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

- I.** gerar conhecimento sobre o mercado, o público alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- II.** aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- III.** possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.2.4. Os serviços previstos nos subitens 2.1.1 e 2.2.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.



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

2.2.4.2. Para a realização dos serviços de Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital pretendido com esta contratação estão contemplados ainda os seguintes serviços:

- a)** Elaborar plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou das regiões objetivados (Planejamento de Mídia), oferecendo melhor custo X benefício para o CONTRATANTE.
- b)** Executar o plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Criação e Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia on-line e off-line).
- c)** Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões onde o conceito, ideia, marca, política pública ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.
- d)** Assessorar, apoiar, contratar e desenvolver pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação apresentada e/ou aprovada.
- e)** Planejar, conceber, criar, mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção, veiculação, implementação de tags e monitoramento do material aprovado.
- f)** Incluir peças para internet, dispositivos móveis, mídias digitais sociais, e-mail marketing, ações de inbound marketing, marketing de conteúdo, dentre outros formatos e meios digitais que venham a surgir ainda previstas na tabela da SINAPRO.
- g)** Planejar e executar pesquisas, monitoramento digital através de Data Management Platform (DMP) e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o CONTRATANTE, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.
- h)** As pesquisas citadas neste item terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação para possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias a serem realizadas durante a execução do contrato.
- i)** Realizar a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.
- j)** Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- k)** Elaborar plano estratégico e plano de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público alvo), avaliação de políticas públicas, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia.
- l)** O Plano estratégico e o Plano de mídia devem sempre considerar a identificação e análise dos públicos ou região.
- m)** Desenvolver plano de mídia, incluindo estudo do target (público alvo), definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.
- n)** Contratar e acompanhar a produção, editar e adequar conteúdo de linguagem e revisar as publicações impressas e digitais (cartilhas, livretos, livros, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, manuais, dentre outros).
- o)** Elaborar relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados.
- p)** Elaborar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós campanha para identificar conhecimento da política ou serviço público entendimento da mensagem veiculada nas campanhas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas.
- q)** Desenvolver todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias, dentre outras.



- r) Planejar, conceber, criar e produzir mensagens e peças para comunicação digital para internet, dispositivos móveis, e-mail marketing, mídias sociais, dentre outros meios digitais. Bem como elaborar estratégia de Band Safety para as campanhas on-line.
- s) Desenvolver site, hotsite, landing page, página promocional, aplicativo e outras peças de produções digitais não descritas na tabela SINAPRO.
- t) Assessorar, planejar e executar mídia digital e social, bem como acompanhar a veiculação, elaboração de relatórios específicos e análise de dados (Dashboard), para orientar na tomada de decisões estratégicas em campanhas online.
 - i. Comprar e veicular mídia digital com formato de impulsionamento, a exemplo de inserções nas redes sociais, bem como por meio de aplicativos de dispositivos móveis.
- u) Comprar, veicular, ativar e fornecer informações através da análise de inteligência de dados, app, mobile e de assistentes de voz.
- v) Monitorar e controlar as inserções publicitárias (mídias contratadas), por meio de relatório mensal com comprovação das veiculações no ato da emissão da nota, sendo que, para as veiculações em mídias de massa (TV aberta, rádio, jornal, revista, internet e redes sociais/mídias digitais), deverá A CONTRATADA apresentar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia.
- w) Outros serviços que estejam compreendidos no âmbito de atuação das agências de publicidade.

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

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

2.3.2. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.2 e 1.2.1 deste Edital.

2.3.3. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da CONTRATANTE, aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

2.4. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.3 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.1 – Do Objeto, exceto as atividades complementares previstas nos termos do § 1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

2.6. As ações de publicidade da CONTRATANTE, constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$1.000.000,00 (Um milhão de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses. Tal estimativa para elaboração deste estudo preliminar se deu a partir da análise de processos similares feitos por outros órgão e entidades, por meio de pesquisa de contratações públicas através de consulta ao DOM – Diário Oficial dos Municípios e também com base no antigo processo licitatório deste município oriundo do **CONTRATO Nº147-2023 – PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº006-2023, PERTENCENTE À TOMADA DE PREÇOS NºTP001-2023.**

3.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 está consignado em:

Unidade Orçamentária: 0200/02.01 - Gabinete do Prefeito

Praça Alfredo Viana, nº 02 – Centro – Jaguarari/BA – CEP 48.960-000

Fone: (74) 3619.2121 – CNPJ 13.988.316/0001-85

www.jaguarari.ba.gov.br



Programa de Atividade: 04.122.002.2003 – Manutenção do Gabinete do Prefeito

Elemento de Despesa: 3.3.9.0.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

3.3. O Município de Jaguarari se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

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

3.5. Se o Município de Jaguarari optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, a(s) dotação(ões) necessária(s) ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

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

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

4.2. Não poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda:

- a)** que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Jaguarari;
- b)** cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c)** que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d)** estrangeira que não funcione no País;
- e)** cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o MUNICÍPIO DE JAGUARARI;
- f)** que estiver reunida em consórcio;
- g)** que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União - TCU.

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

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

4.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que o Município de Jaguarari, em nenhum caso, será responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL



5.1. Este Edital será fornecido, na forma impressa, pelo Município de Jaguarari no setor de licitações do Município de Jaguarari, situado na Praça Alfredo Viana, nº 02 – Centro – Jaguarari - Bahia, de segunda a quinta das 08h às 12h e das 14h às 17h, e nas sextas das 8h às 14h.

5.2. Será gratuita a retirada deste Edital por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

- ☞ **No sítio eletrônico:** www.jaguarari.ba.gov.br.
- ☞ **Ou solicitado através do e-mail:** licitajaguar@gmail.com.

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

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- ☞ **por carta ou ofício:** protocolizado no setor de Licitações, situado na Praça Alfredo Viana, nº 02 – Centro – Jaguarari - Bahia, de segunda a quinta das 08h às 12h e das 14h às 17h, e nas sextas das 8h às 14h;
- ☞ **pelo e-mail:** licitajaguar@gmail.com.

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

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet <www.jaguarari.ba.gov.br>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

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

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

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

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a quinta das 08h às 12h e das 14h às 17h, e nas sextas das 8h às 14h, na sala de licitações, na Praça Alfredo Viana, nº 02 – Centro – Jaguarari - Bahia, até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame por qualquer interessado;

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

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

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



7.5. A resposta à impugnação será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

7.6. A resposta ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, podendo a Comissão de Contratação requisitar subsídios formais aos responsáveis pela elaboração do Edital e dos anexos.

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

7.8. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pela Comissão de Contratação, nos autos do processo de licitação.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

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

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

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

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

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

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

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

☞ **dia:** 27/10/2025

☞ **horário:** às 09h



↳ **local:** Setor de Licitações localizado na Praça Alfredo Viana, nº 02, Centro Jaguarari - Bahia

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

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

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

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 22, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

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

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Permanente de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no setor licitações, de segunda a quinta das 08h às 12h e das 14h às 17h, e nas sextas das 8h às 14h.

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

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

Invólucro nº 2

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

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

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 004/2025 – Município de Jaguarari

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

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10 deste Edital.

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

Praça Alfredo Viana, nº 02 – Centro – Jaguarari/BA - CEP 48.960-000

Fone: (74) 3619.2121 - CNPJ 13.988.316/0001-85

www.jaguarari.ba.gov.br



Invólucro nº 3

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 004/2025 –Município de Jaguarari

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

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

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 g/m², ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 90 g/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- sem identificação da licitante.



11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.6 deste Edital.

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

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

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

- I. ser editados em cores;
- II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III. ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV. ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 22.2.1 e no subitem 22.2.1.1 deste Edital.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 22.2.1 e no subitem 22.2.1.1 deste Edital.

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

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

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

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

- a) análise das características e especificidades do MUNICÍPIO DE JAGUARARI e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;



c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

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

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer; e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

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

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

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

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

- I. **estratégia de mídia:** proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do MUNICÍPIO DE JAGUARARI a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- II. **tática de mídia:** detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- III. **plano de mídia:** composto por planilhas de programação das inserções sugeridas,
- IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

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

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

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

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.



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

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

- I. ter a identificação da licitante;
- II. ser datado;
- III. estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do **MUNICÍPIO DE JAGUARARI** para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Jaguarari, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

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

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

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 5 (cinco) anos anteriores à licitação.



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

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

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

11.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

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

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

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

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

11.10. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I. deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo MUNICÍPIO DE JAGUARARI, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV. deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

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

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 5 anos anteriores à licitação.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

- I. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;
- II. as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
- III. para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.



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

11.10.4. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 19, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do **MUNICÍPIO DE JAGUARARI**, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do **MUNICÍPIO DE JAGUARARI** com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o **MUNICÍPIO DE JAGUARARI**, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

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

12.2.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;



- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do MUNICÍPIO DE JAGUARARI e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

12.2.3. Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

12.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos: O Município de Jaguarari observará os percentuais de pontuação máxima dispostos na Instrução Normativa SECOM nº 03/2018, conforme abaixo.

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	Plano de Comunicação Publicitária	<i>Somatório da pontuação dos subquesitos – Total de 55</i>
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10



2.	Capacidade de Atendimento	25
3.	Repertório	10
4.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

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

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

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

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

12.4. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrerem qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 19.4 deste Edital.

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

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

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem-classificada nesta fase, será assim considerada a que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no item 22.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 20 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4



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

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 004/2025 – Município de Jaguarari

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

14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

- a) não atender às exigências deste Edital e de seus anexos ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) Ofertar desconto inferior a 15% (quinze por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;
- c) apresentar percentual de honorários maior do que 15% (quinze por cento), referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros;
- d) apresentar percentual de honorários maior do que 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de serviços de elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual realizados por terceiros;
- e) apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz;
- f) apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.

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

14.4. A Comissão de Contratação irá atribuir notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Notas (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia.	N = (% Desconto)



Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.	$N = 5 \times (15 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual realizados por terceiros	$N = 5 \times (15 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz.	$N = (20 - \text{Honorários}) / 4$
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.	$N = (20 - \text{Honorários}) / 4$
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

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

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

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

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

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

15.3. O Índice Técnico (IT) será aferido através do somatório das notas obtidas nas propostas técnicas, com máximo de 100 (cem) pontos.

15.4. A proposta que obtiver, no Índice Técnico, total de pontos menor que 75, será desclassificada.

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

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

Índice de Preço (IP) = total de pontos obtidos na proposta em análise, dividido pela maior pontuação obtida dentre as demais propostas e multiplicado por 100:

$$\text{IP} = \frac{\text{PA} \times 100}{\text{MP}}$$



Onde:

IP = Índice de Preço

MP = Maior Pontuação de Preço

PA = Pontuação da Proposta em Análise

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

Pontuação Resultante (PR) = Índice Técnico multiplicado por 6 (seis) somado a Índice de Preço multiplicado por 4 (quatro).

$$PR = (IT \times 6) + (IP \times 4)$$

Onde:

PR = Pontuação Resultante

IT = Índice Técnico

IP = Índice de Preço

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

15.9. Se houver empate, será assegurada o que indica os itens 12.6 e 12.7 deste Edital.

16. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

Invólucro nº 5

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

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 004/2025 – Município de Jaguarari

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

17. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. A forma de apresentação e documentos de habilitação estão previstos no Termo de Referência, anexo a este Edital.



18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e irá julgar habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

18.1.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

19. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 da Lei Nº 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

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

19.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá pelo menos 1/3 (um terço) de integrantes sem vínculo com o Município de Jaguarari.

19.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

19.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 19.3, a Comissão Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 19.3, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

19.4. A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

19.4.1. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o Município de Jaguarari, nos termos dos subitens 19.3.1, 19.3.1.1 e 19.4 deste Edital.

19.4.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 19.4, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

19.4.3. 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.

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

19.4.5. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 19.4 e 19.4.1 deste Edital.

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

19.4.6. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 19.4 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.



19.5. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, *caput*, da Lei 14.133/2021.

19.5.1. Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Data: ____ de _____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

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

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

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do



órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

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

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

TERMO DE RESPONSABILIDADE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Data: ____ de _____ de ____.

Assinatura

19.5.1.1. Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

20. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

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

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;



- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

21.1. A Comissão Permanente de Licitação declarará o vencedor e concederá o prazo de no mínimo 03 (três) dias úteis, para que qualquer licitante manifeste a intenção de recorrer, de forma imediata após o término do julgamento das propostas e do ato de habilitação ou inabilitação, sob pena de preclusão. A falta de manifestação imediata e motivada da intenção de interpor recurso, no momento da sessão pública desta licitação, implica preclusão desse direito, ficando a Comissão Permanente de Licitação autorizada a adjudicar o objeto à licitante vencedora.

21.2. A falta de apresentação das razões de recurso, também importará a preclusão do direito de recurso e, via de consequência, a adjudicação do objeto da licitação à licitante vencedora.

21.3. Havendo quem se manifeste, caberá à Comissão Permanente de Licitação verificar a tempestividade, para decidir se admite ou não o recurso, fundamentadamente.

21.4. Nesse momento a Comissão Permanente de Licitação não adentrará no mérito recursal, mas apenas verificará as condições de admissibilidade do recurso.

21.5. Eventuais recursos referentes a presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do Município de Jaguarari, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, protocolizada no setor de Licitação localizado no endereço Praça Alfredo Viana, nº 02, Centro Jaguarari - Bahia, de segunda a sexta-feira, das 08h às 17h, ou através do endereço eletrônico licitajaguar@gmail.com.

21.6. Interposto o recurso, os interessados terão o prazo de 03 (três) dias úteis para apresentarem suas contrarrazões, que começarão a contar da data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso, sendo-lhes assegurada vista dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

21.7. Recebidas as contrarrazões, ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, em caso de não reconsideração, deverá encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

21.8. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

21.9. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

21.10. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

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

22. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

22.1. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

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

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



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

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

22.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Permanente de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 19.5.1.

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

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

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

Primeira Sessão

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

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

22.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se:

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

22.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 22.2.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

- a)** rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b)** retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c)** abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e)** informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 20 deste Edital.



22.2.2.1. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 22.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

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

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

22.2.3. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 22.2.2 acima.

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

22.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 22.2.6 e seguintes. Caso contrário, estas deverão manifestar imediatamente, sob pena de preclusão, a intenção de recorrer, e o prazo para apresentação das razões recursais previsto no item 20 será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação, inabilitação ou julgamento da proposta técnica, o qual somente será julgado ao final da última etapa, conforme disposição do inciso II, §1º, do artigo 165, da Lei nº 14.133/2021.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentam, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentam, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.



22.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

22.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.4, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

22.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 22.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

22.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 20, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) identificar a Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL), conforme disposto no subitem 12.5, e informar que as mesmas serão publicadas na forma do item 20, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21 deste Edital.

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

Terceira Sessão

22.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 20, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) identificar o Índice Técnico (IT) de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.3 deste Edital;
- c) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- e) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- f) identificar o Índice de Preço (IP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.5;
- g) identificar a Pontuação Final (PF) de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.7; e
- h) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 20, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21 deste Edital.



Quarta Sessão

22.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 20, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 20, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (dias) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado, na forma do item 20, o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

23. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

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

23.2. Imediatamente após a homologação do resultado desta Concorrência, o presidente da Comissão Permanente de Licitação elaborará e encaminhará à Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Jaguarari o relatório relativo à Concorrência nº 004/2025.

24. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

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

24.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do MUNICÍPIO DE JAGUARARI, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

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

24.1.2.1. Na hipótese de nenhum dos licitantes aceitar a contratação as condições propostas pelo licitante vencedor, a Administração, observados o valor estimado e sua eventual atualização nos termos deste Edital, poderá:

- a) convocar os licitantes remanescentes para negociação, na ordem de classificação, com vistas à obtenção de preço melhor, mesmo que acima do preço do adjudicatário;
- b) adjudicar e celebrar o contrato nas condições ofertadas pelos licitantes remanescentes, atendida a ordem classificatória, quando frustrada a negociação de melhor condição; independentemente da cominação prevista no art. 90, § 2º da Lei nº 14.133/2021.



24.2. Antes da celebração do contrato, o MUNICÍPIO DE JAGUARARI efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União, emitir as certidões negativas de inidoneidade, de impedimento e de débitos trabalhistas e juntá-las ao respectivo processo.

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

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

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

24.6. A contratada centralizará o comando da publicidade do MUNICÍPIO DE JAGUARARI em Jaguarari, Bahia, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto no subitem 5.1.2 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

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

25. GARANTIA DE EXECUÇÃO

25.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo IV).

26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

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

27. FISCALIZAÇÃO

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

28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

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

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

29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS



29.1. Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

29.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica à licitante convocada na forma do subitem 24.1.2 deste Edital.

29.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo MUNICÍPIO DE JAGUARARI, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

30. DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

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

30.3. A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 30.1 e 30.2 deste Edital.

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

30.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o MUNICÍPIO DE JAGUARARI poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, conforme os itens 24.1.2 e 24.1.2.1.

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

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

30.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o MUNICÍPIO DE JAGUARARI comunicará os fatos verificados ao Ministério Público, para as providências devidas.

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

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

30.9.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 149 da Lei nº 14.133/2021.



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

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

30.12. Correrão por conta do MUNICÍPIO DE JAGUARARI as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município, na forma prevista no art. 94 da Lei nº 14.133/2021.

30.13. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do foro do Município de Jaguarari.

30.14. Integram este Edital os seguintes Anexos:

Anexo I: Briefing;

Anexo II: Termo de Referência;

Anexo III: Modelo de Procuração;

Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços;

Anexo V: Minuta de Contrato

Anexo VI: Modelo de Declaração de existência de cargos reservados previsto em lei.

Anexo VII: Modelo de Declaração da licitante de cumprimento ao Artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal (Art. 68, inciso VI, da Lei 14.133/2021).

Anexo VIII: Modelo de Declaração da licitante de que a proposta econômica compreende a integralidade dos custos (Art. 63, §1º, da Lei nº 14.133/2021)

Jaguarari, 03 de setembro de 2025

Joaquim José Marques da Silva
Presidente da Comissão



ANEXO I

BRIEFING

As informações a seguir devem ser consideradas para a formulação da proposta.

O TRABALHO DA PREFEITURA E A COMUNICAÇÃO SOCIAL

A comunicação do Poder Executivo Municipal parte da premissa de que é direito da população ser informada e é dever da prefeitura informar sobre os projetos, programas e ações que visam beneficiar a totalidade ou parte dos cidadãos. Essa comunicação deve orientar-se sempre por objetivos sociais de interesse público, prestação de serviços, assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. A publicidade do Poder Público precisa ter caráter essencialmente institucional (artigo 37, §1º, CF/88).

É por meio da comunicação do Poder Executivo Municipal que os cidadãos são informados dos seus direitos e deveres, das entregas da prefeitura e dos impactos dessas ações na vida da população. Nesse sentido, a comunicação da Prefeitura de Jaguarari cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

Assim, a comunicação social do Poder Executivo Municipal tem como objetivos principais:

- a)** Disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diversos segmentos sociais;
- b)** Estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do município;
- c)** Realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- d)** Apresentar e explicar os projetos e as políticas públicas propostas pelo poder executivo municipal nas principais áreas de interesse da sociedade;
- e)** Promover o município, além de estimular o orgulho e pertencimento do próprio cidadão;
- f)** Atender às necessidades de informação de clientes e usuários das entidades da administração pública indireta.

MARCA

A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional do Poder Executivo Municipal encontra-se no seguinte endereço: <https://jaguarari.ba.gov.br/>.



OBJETIVO PRINCIPAL

A comunicação institucional deve atuar como elemento facilitador da relação de parceria entre a prefeitura e sociedade, reforçar os valores de cidadania, diversidade racial e de gênero, ética, transparência e inclusão social.

A comunicação social deve dar visibilidade aos programas, as ações e aos projetos do município, proporcionando coerência com os eixos estratégicos prioritários: o desenvolvimento do município com prioridade para os que mais precisam e ênfase na regionalização dos serviços públicos, bem como da produção de bens e serviços que assegurem uma melhor repartição do crescimento entre os diferentes segmentos da população, mediante a geração de oportunidades de trabalho e distribuição da renda.

A comunicação deve buscar uma unidade na divulgação das ações de todo o Poder Executivo Municipal, conferindo-lhe fácil reconhecimento, tanto dos conceitos essenciais aqui descritos, pilares do seu posicionamento, quanto da sua identidade visual.

O objetivo principal da comunicação do Poder Executivo Municipal de Jaguarari é de disseminar informações sobre assuntos de interesse social, dos mais diversos órgãos, projetos e programas em desenvolvimento pela administração municipal. É, também, objetivo precípuo a estimulação da sociedade a participar do debate e da

definição de Políticas Públicas a serem desenvolvidas no Município. Através da comunicação, o Poder Público Municipal divulga ações e serviços colocados à disposição da sociedade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Especificamente, o intuito é de fortalecer a comunicação do Poder Público Municipal de Jaguarari com a comunidade de forma objetiva, com os seguintes parâmetros: a divulgação de dados da gestão, para fins de conhecimento e fiscalização; projetos e obras, programas e serviços, eventos culturais, esportivos e de lazer.

Elaborar ações publicitárias de comunicação institucional para os órgãos do Poder Executivo Municipal para a solução do seguinte problema específico: Deverá ser elaborada pela agência uma campanha impactante de prevenção e combate à proliferação do mosquito *Aedes aegypti*, que terá como foco orientar os moradores sobre a forma correta de como agir cotidianamente no combate ao transmissor da doença, sendo a prevenção a melhor maneira de o fazer.

BREVE HISTÓRICO

Jaguarari é um município brasileiro do estado da Bahia, localizado no centro-norte do estado. Possui diversos povoados e distritos, dentre os quais se destacam os mais importantes: Pilar, Gameleira, Juacema, Santa Rosa de Lima, Jacunã, Flamengo e Catuni da Estrada.

O município de Jaguarari tem sua história atrelada à história da civilização do interior baiano, evidentemente influenciada pela chegada dos portugueses e outros povos de semelhantes países de destacado domínio técnico e científico para a época. Com a busca e cobiça dos colonizadores por metais preciosos, principalmente o ouro e a prata, o interior da Bahia foi adentrado e sofreu seus primeiros impactos sociais e ambientais, com a destruição das feições estéticas das matas e o processo forçado de escravidão à que se imputava aos nativos destas terras. Pertencente às terras das denominadas Jacobinas, Jaguarari, em sua história, não imprime certezas quanto aos povos índios que habitavam suas paisagens.

O livro “História na Mão” registra que a fazenda “Sítio Jaguarari” era de propriedade de Teodoro José Bonfim, Margarida de Barros, José Manuel da Paixão e Vítor de Tal. As missões jesuíticas nas terras da Jacobina datam de 1670, ficando por vez como data provável do processo de reconhecimento e encontro dos eclesiásticos com os índios existentes, bem como da inevitável mistura de povos índios remanejados para estas terras. Em 1888 Jaguarari era um povoado consideravelmente desenvolvido, em 1893 tornou-se distrito de Vila Nova da Rainha, e em 6 de agosto de 1926 galgou a posição de município, se desvinculando do município de Senhor do Bonfim.

Tem uma área de 2.567 km². Sua população é de 33.915 habitantes, pela estimativa de 2021 feita pelo IBGE. Sua principal atividade econômica é a mineração, com a extração do cobre feita pela Mineração Erro Brasil Caraíba. Era a quarta maior produtora de cobre do Brasil em 2018, respondendo por pouco mais de 6% da produção nacional.

METAS PRIORITÁRIAS DA ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL

A Prefeitura trabalha buscando dinamizar e construir um novo modelo de desenvolvimento com uma economia mais forte, mais ampla, mais inclusiva e socialmente mais justa.

Espera-se que a comunicação seja capaz de:

- mostrar que os investimentos do município permitem que a retomada do setor econômico e da geração de empregos no município;
- evidenciar as vantagens para a sociedade das ações estruturantes realizadas nesse setor;
- aumentar a credibilidade e criar empatia da sociedade;

Para se trabalhar com comunicação pública de determinado ente, os profissionais da área devem conhecer os objetivos da administração. Em Jaguarari, destacam-se os objetivos seguintes:

- Na saúde, busca-se a humanização do atendimento, ampliação da cobertura dos usuários do sistema público de saúde; treinamento das equipes já existentes; atuação na prevenção de surtos endêmicos, destacando-se o combate à dengue; ampliação e melhoramento da estrutura física para maior conforto, comodidade e



assertividade no atendimento aos usuários do SUS. De forma especial, busca-se informar a sociedade sobre o correto funcionamento do Sistema Único de Saúde, orientando a população acerca de como, quando e porque procurar determinada unidade, a fim de ter garantido o acesso a todos os direitos e serviços de saúde disponibilizados no município.

- Na educação, busca-se a valorização profissional, investimento na capacitação dos profissionais de educação; manutenção e melhoria da estrutura das escolas municipais; melhoria da qualidade do transporte de alunos e na qualidade da merenda escolar.
- Na área da cultura, busca-se apoiar e promover as festividades e eventos culturais, assim como a preservação do patrimônio histórico local.
- No desenvolvimento social, busca-se desenvolver políticas públicas que garantam os direitos de toda a população, em especial crianças, jovens, adolescentes e idosos.
- As ações ambientais são prioritárias com investimentos em proteção de nascentes e matas, reflorestamento e conscientização sobre cuidados com o meio ambiente. Além da fiscalização e monitoramento ambiental, e atividades de resgate de fauna e controle dos resíduos sólidos.
- Na área de infraestrutura, a administração municipal tem o objetivo de aprimorar os serviços de limpeza urbana, manutenção de vias públicas com obras de pavimentação e criação de espaços públicos para atividades de lazer e esporte.
- No desenvolvimento econômico tem-se um foco especial no turismo para demonstrar todo o potencial ecoturístico, gastronômico, comercial, industrial, dentre tantos outros presentes no município.

A TAREFA DAS LICITANTES

Apresentar plano de comunicação que:

- Proponha a adoção de um partido temático e, principalmente, uma estratégia de comunicação publicitária capaz de atingir o objetivo geral e os específicos de comunicação e que funcione como uma linha condutora de todas as ações de comunicação do Poder Executivo Municipal para o tema a ser desenvolvido no município;
- Desenvolva uma campanha publicitária completa para divulgar a importância dos investimentos realizados no município e o quão importante é esse movimento econômico para o desenvolvimento do município.
- Promover um plano que seja abrangente em linguagem e comunicação para que toda a população venha a se interessar e interagir com o proposto.

TEXTO ESPECÍFICO

O Ministério da Saúde é um órgão do governo, do Poder Executivo Federal, responsável pela organização dos planos e das políticas públicas voltadas para a promoção, prevenção e assistência à saúde dos brasileiros. A função do município é elaborar formas para a proteção e recuperação da saúde da população, reduzindo as enfermidades e controlando as doenças. O objetivo do contato com a agência se deve à necessidade da elaboração e divulgação de uma campanha sobre o combate à proliferação do mosquito *Aedes aegypti*, causador da Dengue, Zika e Chikungunya. A Prefeitura de Jaguarari tem feito campanhas e ações voltadas à conscientização de todos os munícipes sobre o que é e como se prevenir, mas, mesmo assim, o índice de casos vem aumentando. Então, para que não haja um aumento cada vez maior de contaminados, a Prefeitura quer se prevenir e combater essas doenças.

OBJETIVOS DE MARKETING

Sustentar, para a sociedade, a imagem de interesse na saúde pública por parte da Prefeitura de Jaguarari.

Objetivos de comunicação:

- Informar como se previne e combate ao mosquito;
- Informar sobre os sintomas e risco de morte.

PÚBLICOS PRIORITÁRIOS



As ações de comunicação devem alcançar toda a sociedade, em todos os níveis sociais, faixa etária e sexos, mas também são necessárias iniciativas específicas para as entidades representativas e setores organizados da sociedade que possam contribuir para o desenvolvimento de cada iniciativa.

PEÇAS

Além da qualidade criativa das peças, a relevância funcional e a pertinência da utilização de cada uma serão avaliadas de acordo com a estratégia da campanha sugerida por cada licitante, geralmente irá envolver toda a zona urbana, distritos e povoados.

Todos os recursos de mídia e não-mídia podem ser utilizados.

EXEMPLO DE PEÇAS

Estão limitadas a 10 (dez), e poderão ser apresentadas da seguinte forma:

- a) Roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos para qualquer meio;
- b) “Monstro” ou *layout* eletrônico, para meio rádio;
- c) *Storyboard* animado para o meio Tv;
- d) “Boneca”, ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

PLANO DE MÍDIA

Devem ser apresentados planos específicos para cada mídia a ser utilizada.

RECURSOS

Custo total para as campanhas a vir ser realizadas incluindo produção e veiculação de mídia: R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

PRAÇAS

Município de Jaguarari-BA.

PERÍODO

As ações de comunicação propostas deverão ser executadas em um período mínimo de 12 (doze) meses.

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A verba a ser utilizada, a título de exercício, será de aproximadamente **R\$1.000.000,00 (um milhão de reais)**.



ANEXO II

TERMO DE REFERÊNCIA

- **Órgão Solicitante:**
- Gabinete do Prefeito.

1. OBJETO

1.1 Constitui objeto do presente a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade e comunicação, compreendendo planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção e distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, que sejam de interesse dos órgãos e entidades da Administração Direta do Poder Executivo Municipal.

1.2. DA NATUREZA DO OBJETO:

1.2.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- d) à elaboração de marcas, de expressão, de propaganda, de logotipos, e de outros elementos de comunicação visual.

1.2.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

1.2.3. O planejamento previsto no subitem 1.2.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.2.4. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2.1 terão a finalidade de:

- I. gerar conhecimento sobre o mercado, o público alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- II. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- III. possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.2.5. Os serviços previstos nos subitens 1.2.1 e 1.2.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2.5.2. Para a realização dos serviços de Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital pretendido com esta contratação estão contemplados ainda os seguintes serviços:

- a) Elaborar plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (Criação) e o estudo dos



meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou das regiões objetivados (Planejamento de Mídia), oferecendo melhor custo X benefício para o CONTRATANTE.

- b) Executar o plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Criação e Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia *on-line* e *off-line*).
- c) Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões onde o conceito, ideia, marca, política pública ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.
- d) Assessorar, apoiar, contratar e desenvolver pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação apresentada e/ou aprovada.
- e) Planejar, conceber, criar, mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção, veiculação, implementação de *tags* e monitoramento do material aprovado.
- f) Incluir peças para internet, dispositivos móveis, mídias digitais sociais, e-mail marketing, ações de inbound marketing, marketing de conteúdo, dentre outros formatos e meios digitais que venham a surgir ainda previstas na tabela da SINAPRO.
- g) Planejar e executar pesquisas, monitoramento digital através de Data Management Platform (DMP) e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o CONTRATANTE, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.
- h) As pesquisas citadas neste item terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação para possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias a serem realizadas durante a execução do contrato.
- i) Realizar a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.
- j) Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- k) Elaborar plano estratégico e plano de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público alvo), avaliação de políticas públicas, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia.
- l) O Plano estratégico e o Plano de mídia devem sempre considerar a identificação e análise dos públicos ou região.
- m) Desenvolver plano de mídia, incluindo estudo do target (público alvo), definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.
- n) Contratar e acompanhar a produção, editar e adequar conteúdo de linguagem e revisar as publicações impressas e digitais (cartilhas, livretos, livros, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, manuais, dentre outros).
- o) Elaborar relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados.
- p) Elaborar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós campanha para identificar conhecimento da política ou serviço público entendimento da mensagem veiculada nas campanhas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas.
- q) Desenvolver todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias, dentre outras.
- r) Planejar, conceber, criar e produzir mensagens e peças para comunicação digital para internet, dispositivos móveis, e-mail marketing, mídias sociais, dentre outros meios digitais. Bem como elaborar estratégia de *Band Safety* para as campanhas on-line.
- s) Desenvolver site, *hotsite*, *landing page*, página promocional, aplicativo e outras peças de produções digitais não descritas na tabela SINAPRO.
- t) Assessorar, planejar e executar mídia digital e social, bem como acompanhar a veiculação, elaboração de relatórios específicos e análise de dados (Dashboard), para orientar na tomada de decisões estratégicas em campanhas online.
- u) Comprar e veicular mídia digital com formato de impulsionamento, a exemplo de inserções nas redes sociais, bem como por meio de aplicativos de dispositivos móveis.
 - i. Comprar, veicular, ativar e fornecer informações através da análise de inteligência de dados, app, mobile e de assistentes de voz.
- v) Monitorar e controlar as inserções publicitárias (mídias contratadas), por meio de relatório mensal com



comprovação das veiculações no ato da emissão da nota, sendo que, para as veiculações em mídias de massa (TV aberta, rádio, jornal, revista, internet e redes sociais/mídias digitais), deverá A CONTRATADA apresentar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia.

w) Outros serviços que estejam compreendidos no âmbito de atuação das agências de publicidade.

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

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

1.3.2. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da CONTRATANTE, aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

1.4. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.3** e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.5. As ações de publicidade da **CONTRATANTE**, constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

1.6. ESTIMATIVA DO VALOR

1.6.1. O custo estimado da contratação é de **R\$1.000.000,00 (um milhão de reais)**. Tal estimativa para elaboração deste estudo preliminar se deu a partir da análise de processos similares feitos por outros órgão e entidades, por meio de pesquisa de contratações públicas através de consulta ao DOM – Diário Oficial dos Municípios e também com base no antigo processo licitatório deste município oriundo do **CONTRATO Nº147-2023 – PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº006-2023, PERTENCENTE À TOMADA DE PREÇOS NºTP001-2023**.

1.6.2. Os valores gastos a cada vigência contratual não são lineares, oscilam em razão das conjunturas: políticas, econômicas e sociais, fatores que norteiam as diretrizes da CONTRATANTE. Cabe observar que alguns fatores têm impacto direto nos valores executados, tais como as limitações legais de gastos em caso de ano eleitoral, pandemia, dentre outros.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO E NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'b' da Lei n. 14.133/2021)

2.1. O Município de Jaguarari, Bahia, enfrenta desafios na divulgação de suas ações institucionais, campanhas educativas e informações de interesse público. A ausência de uma estratégia consolidada de publicidade institucional compromete a transparência e a efetividade da comunicação com a população, dificultando o acesso dos cidadãos às políticas públicas, programas sociais e serviços oferecidos pela Administração. A necessidade de ampliar e qualificar a disseminação dessas informações torna-se ainda mais evidente diante da crescente demanda por maior acessibilidade e clareza na divulgação de atos administrativos.

2.2. A comunicação institucional do Município é realizada de maneira fragmentada, sem um planejamento estratégico contínuo e sem o suporte de uma estrutura profissionalizada de publicidade. Isso impacta diretamente na eficácia das ações informativas e educativas, reduzindo seu alcance e comprometendo a participação da sociedade na gestão pública. O Município já realizou contratação de serviços de publicidade institucional anteriormente, mas se faz necessária uma nova contratação no momento presente.

2.3. Além disso, a Administração Municipal já desprende recursos para ações isoladas de publicidade, mas sem a abrangência necessária para garantir uma comunicação eficiente e contínua. Dessa forma, há um universo significativo de cidadãos que poderiam ser melhor informados sobre programas e serviços públicos caso houvesse uma estratégia mais estruturada e profissional. O presente estudo busca, portanto, fundamentar a necessidade de



contratação de serviços especializados de publicidade institucional, permitindo que o Município otimize a divulgação de suas ações, assegurando maior transparência, eficiência e engajamento social.

2.4. Dessa forma, a necessidade da contratação de serviços especializados em publicidade institucional para o Município de Jaguarari, Bahia, fundamenta-se na obrigação da Administração Pública de garantir a transparência de seus atos e assegurar o amplo acesso da população às informações de interesse coletivo. A comunicação eficiente entre o poder público e a sociedade é um instrumento essencial para promover a cidadania, fortalecer a participação popular e garantir a efetividade das políticas públicas. No entanto, a inexistência de uma estratégia consolidada e profissionalizada de publicidade tem dificultado a disseminação adequada de informações sobre programas governamentais, campanhas educativas e ações institucionais, comprometendo o alcance e a compreensão dessas iniciativas pela população.

2.5. Com isso, torna-se imprescindível a contratação de serviços de publicidade institucional para garantir uma comunicação clara, acessível e estratégica, permitindo que a população tenha conhecimento das políticas públicas, dos serviços oferecidos e das campanhas de interesse social. A profissionalização desse serviço possibilitará maior eficiência na veiculação das mensagens institucionais, com a utilização de técnicas e ferramentas adequadas para alcançar o público-alvo de maneira eficaz. Assim, a Administração Municipal busca suprir uma lacuna fundamental em sua estrutura comunicacional, promovendo maior engajamento da sociedade, fortalecendo a transparência e garantindo que a informação pública cumpra seu papel de orientar e beneficiar os cidadãos.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'c', da Lei n.º 14.133/2021)

3.1. A análise criteriosa das alternativas apresentadas revela que a contratação de uma agência de publicidade especializada se configura como a solução mais eficiente e estratégica para atender às necessidades de comunicação institucional da Administração Pública. Essa escolha se fundamenta nas vantagens técnicas e operacionais oferecidas por empresas com expertise consolidada no setor, capazes de planejar e executar campanhas publicitárias de forma profissional, garantindo ampla divulgação das ações e serviços do Município.

3.2. Embora a execução interna das campanhas por meio da Assessoria de Comunicação possa parecer economicamente viável à primeira vista, essa opção apresenta limitações significativas. A equipe interna possui estrutura reduzida e acumula diversas funções, o que compromete a qualidade e a efetividade das campanhas. Além disso, a necessidade de investimentos contínuos em capacitação, aquisição de equipamentos e softwares especializados, bem como a terceirização de serviços pontuais, encarece essa alternativa a médio e longo prazo, sem garantir a mesma qualidade e alcance da comunicação.

3.3. Por outro lado, a contratação de uma agência de publicidade especializada permitirá que a Administração alcance seus objetivos institucionais de maneira ampla e eficaz, garantindo:

- a)** Planejamento estratégico das campanhas – Desenvolvimento de estratégias de comunicação alinhadas às necessidades da Administração, garantindo que a mensagem institucional seja clara, acessível e eficaz para a população.
- b)** Criação e produção de materiais publicitários – Elaboração de peças gráficas, audiovisuais e digitais de alta qualidade, assegurando identidade visual padronizada e coerente com a imagem institucional do Município.
- c)** Gestão de mídias e canais de comunicação – Planejamento e veiculação de campanhas em diversos meios (TV, rádio, redes sociais, sites, outdoors, entre outros), garantindo amplo alcance e engajamento do público-alvo.
- d)** Mensuração de resultados – Monitoramento do impacto das campanhas, por meio de métricas e relatórios de desempenho, permitindo ajustes estratégicos para otimizar os recursos investidos.
- e)** Adaptação e inovação na comunicação institucional – Atualização constante das estratégias de comunicação, acompanhando tendências do mercado publicitário e novas tecnologias para melhorar a eficiência da divulgação institucional.
- f)** Conformidade legal e transparência – Respeito às normativas da publicidade governamental, garantindo que todas as ações sigam os princípios da impessoalidade, moralidade e eficiência na administração dos recursos públicos.

3.4. Dessa forma, a contratação de uma agência de publicidade especializada não apenas aprimora a comunicação institucional do Município, como também promove maior transparência, engajamento da população

e otimização dos investimentos em divulgação. A solução proporciona, de forma estratégica, uma comunicação eficaz, acessível e alinhada aos interesses públicos, consolidando-se como a opção mais vantajosa para a Administração e para os cidadãos beneficiários dos serviços municipais.

3.5. Portanto, a contratação de empresa para prestação de serviços de **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**, a fim de divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do poder público, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e de fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas.

4. DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (6º, XXIII, alínea “e” da Lei Federal n.º 14.133/2021)

4.1. DAS ESPECIFICAÇÕES GERAIS:

4.1.1. É fundamental que a empresa contratada possua qualificações específicas e desenvolva atividades essenciais para garantir a ampla divulgação das ações institucionais do Município de Jaguarari, Bahia.

4.1.2. Para que a contratação atenda de forma eficiente e eficaz às necessidades da Administração Pública, deverá obedecer aos seguintes critérios:

4.1.2.1. Possuir experiência comprovada na execução de campanhas de publicidade institucional voltadas para o setor público, demonstrando expertise na comunicação governamental e no atendimento a órgãos municipais. A comprovação dessa experiência se dará por meio de referências de contratos anteriores firmados com entes públicos, assegurando que a empresa esteja apta a desenvolver estratégias eficazes para a disseminação de informações institucionais

4.1.2.2. É imprescindível que a empresa conte com uma equipe técnica qualificada, composta por profissionais especializados em comunicação social, publicidade, marketing e design, aptos a desenvolver estratégias de divulgação que alcancem todos os segmentos da população. Essa equipe deve estar capacitada para criar conteúdo institucionais acessíveis, engajadores e em conformidade com as diretrizes da comunicação pública, garantindo que a informação oficial seja transmitida com clareza, transparência e efetividade.

4.1.2.3. A empresa contratada deverá demonstrar capacidade técnica para planejar e executar campanhas de publicidade institucional em diversos formatos e meios de comunicação, incluindo rádio, televisão, mídias digitais, jornais impressos, redes sociais e outros canais estratégicos. Além disso, será responsável pelo desenvolvimento de peças publicitárias, vídeos institucionais, materiais gráficos, conteúdos audiovisuais e demais recursos de comunicação que potencializem o alcance das mensagens do Município

4.1.2.4. Para garantir que a publicidade institucional seja eficiente e cumpra sua finalidade de informar a população sobre ações, programas e serviços públicos, a empresa deverá atuar de forma integrada com as secretarias municipais, adaptando as campanhas às necessidades específicas de cada área de governo. Também deverá elaborar relatórios periódicos que comprovem o impacto das campanhas e a efetividade dos meios utilizados, assegurando o uso racional e estratégico dos recursos destinados à comunicação pública.

4.1.2.5. A execução dos serviços poderá ocorrer de forma remota, por meio de atendimento digital, videoconferências e outros recursos tecnológicos, bem como de forma presencial, com visitas técnicas às sedes das secretarias e da Prefeitura. A empresa contratada deverá dispor de infraestrutura própria para a execução dos serviços, incluindo equipamentos de informática, softwares de criação e edição de conteúdo e demais recursos necessários para a produção das peças publicitárias, podendo utilizar, quando necessário, equipamentos da Administração Pública.

4.1.2.6. Mensalmente, ou juntamente com a emissão da Nota Fiscal, a contratada deverá apresentar relatórios técnicos detalhados das atividades realizadas, demonstrando o alcance das campanhas, a execução dos serviços prestados e os resultados obtidos, garantindo o acompanhamento e a avaliação contínua da prestação do serviço.

4.1.3. A contratação deverá garantir uma comunicação institucional estratégica, acessível e eficiente, promovendo a transparência das ações governamentais e fortalecendo a interação entre a Administração Pública e os cidadãos. Nesse sentido, a presente contratação abrange a prestação de serviços publicitários voltados à divulgação de informações institucionais, utilidade pública, monitoramento de redes sociais e comunicação digital, incluindo:

- a) Planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;
- b) Produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, tanto em mídia tradicional quanto



digital;

c) Desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária, alinhadas às novas tecnologias, para potencializar os efeitos das ações de publicidade;

d) Elaboração de marcas, logotipos, expressões de propaganda e demais elementos de comunicação visual.

4.1.3.1. A contratação dos serviços elencados acima tem como objetivo atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promovendo a disseminação de ideias, posicionamento institucional, comunicação de políticas públicas e orientação ao público.

4.1.3.2. O planejamento das ações publicitárias deverá abranger tanto os meios tradicionais (off-line) quanto os digitais (on-line), sempre considerando métricas e indicadores para mensuração de resultados. As pesquisas e instrumentos de avaliação referidos acima deverão:

a) Analisar o mercado, o público-alvo e os meios mais eficazes para a divulgação das campanhas publicitárias;

b) Avaliar o impacto estratégico das mensagens e sua adequação aos objetivos institucionais;

c) Mensurar e avaliar os resultados obtidos, vedando a inclusão de conteúdo não relacionados à ação de publicidade.

4.1.4. Não estão incluídas no escopo desta contratação atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessoria de comunicação e imprensa, bem como a realização de eventos festivos de qualquer natureza, salvo os casos expressamente previstos em legislação aplicável.

4.1.5. O patrocínio de mídia, compreendido como projetos de veiculação em mídia, plataformas digitais e transmissões de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento por veículos de comunicação, não se enquadra na restrição do item anterior.

4.2. SERVIÇOS A SEREM PRESTADOS:

4.2.1. A agência contratada deverá prestar serviços específicos, incluindo:

a) Elaboração de plano publicitário, definindo mensagens, identidade visual e planejamento de mídia, garantindo melhor custo-benefício para a Administração Pública;

b) Execução do plano publicitário, compreendendo criação, produção e veiculação das peças publicitárias;

c) Análise estratégica dos públicos e regiões para otimização do impacto das campanhas;

d) Desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado para embasar estratégias publicitárias;

e) Planejamento e execução de campanhas digitais, incluindo redes sociais, e-mail marketing e formatos inovadores;

f) Desenvolvimento de *websites*, *hotsites*, *landing pages* e aplicativos institucionais;

g) Monitoramento digital por meio de plataformas especializadas, visando à análise de inteligência de dados e otimização das ações publicitárias;

h) Controle e comprovação das veiculações publicitárias, garantindo transparência e prestação de contas sobre os serviços executados.

4.2.2. A execução dos serviços deve estar alinhada com os princípios constitucionais da Administração Pública, assegurando transparência, eficiência e avaliação contínua dos resultados obtidos.

4.3. CONDIÇÕES DE CONTRATAÇÃO:

4.3.1. Para a execução dos serviços será contratada uma única agência de propaganda, conforme determina a legislação vigente, incluindo a Lei nº 4.680/1965 e a Lei nº 12.232/2010.

4.3.2. A agência contratada deverá possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010, e não poderá subcontratar outra agência para a execução dos serviços, exceto nos casos expressamente permitidos por lei.

4.3.3. As ações publicitárias contratadas deverão respeitar os princípios do artigo 37, §1º, da Constituição Federal, garantindo caráter educativo, informativo e de orientação social, com eficiência e racionalidade no uso dos recursos públicos.

4.3.4. A prestadora de serviço atuará por ordem e conta da Administração Pública na contratação de fornecedores e veículos de mídia, conforme previsto no artigo 3º da Lei nº 4.680/1965, sendo responsável pela transparência na execução dos serviços e pela adequada comprovação dos investimentos realizados.



4.3.5. Sendo assim, considerando que os serviços a serem prestados são técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, a serem prestados por empresas com certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, será exigida os seguintes documentos para fins de comprovação da qualificação técnica:

- a)** Atestado(s) de Capacidade Técnica, expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a empresa prestado ou estar prestando serviços de comunicação, publicidade e marketing, compatíveis em características, quantidades e prazos com o objeto da presente licitação.
 - i.** Considera-se em quantidades compatíveis, atestados que comprovem ter a licitante planejado e executado ações de publicidade, utilizando ao menos dois dos seguintes veículos de comunicação existentes no mercado de comunicação de massa: TV, Rádio, Revistas ou Jornais, eletrônicos ou não, Mídia Out Of Home sendo ao menos uma ação que envolva a mídia TV e outra a mídia rádio.
 - ii.** O(s) Atestado(s) deverá(ão) ser(em) fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado - no original ou em cópia reprográfica autenticada, ou cópia a ser autenticada pela Comissão de Licitação, à vista do original.
- b)** Declaração, preferencialmente com assinatura digital, de que a licitante dispõe de pessoal técnico especializado para o atendimento do objeto da licitação, com descrição do perfil da equipe ou equipes que atenderão a CONTRATANTE.
- c)** Declaração, preferencialmente com assinatura digital, de possibilidade de operar no Estado da Bahia, subscrita por representante legalmente habilitado da licitante.
- d)** Certificado de qualificação técnica eletrônico de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, com código de validação, obtido perante site oficial do Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP <https://www.cenp.com.br/certificacao>

4.3.6. Ademais, no que concerna a **subcontratação**, deverá ser observado os seguintes parâmetros:

- a)** A CONTRATADA poderá subcontratar os serviços especializados relacionados com as atividades complementares previstas nos termos do §1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232 de 29 de abril de 2010.
- b)** A subcontratação fica limitada à prestação de Serviços Especializados nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.
- c)** Será necessária comprovação de certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 17, inciso I alínea "f" do Decreto nº 57.690/66 e art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, conforme subitem 10.5.4 deste Termo de Referência.
- d)** Deverão ser observadas as providências para a proteção dos dados pessoais, previstas na Lei nº 13.709/2018, conforme cláusulas a constarem do Termo de Contrato.

5. DO MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL (arts. 6º, XXIII, alínea "e" da Lei n.º 14.133/2021)

5.1. A prestação de serviços reger-se-á pelo disposto no artigo 37, §1º, da Constituição da República Federativa, pelas disposições específicas contidas na Lei Federal nº 4.680, de 18/06/65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, regulamentada pelo Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966 e Decreto Federal nº 4563, de 31 de dezembro de 2002, pelas Normas - Padrão para prestação de serviços de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, do Conselho Executivo das Normas-Padrão, mais conhecido por CENP, conforme as normas previstas no Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, e pelas disposições contidas no capítulo III da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

5.2. O regime de execução do contrato é o de empreitada por preço unitário, sob **execução indireta**.

5.3. O objeto do ajuste será requisitado e executado na seguinte conformidade, observando-se o disposto no Capítulo III Dos Contratos de Serviços de Publicidade e da Sua Execução, artigos 13 a 17, e demais dispositivos pertinentes, da Lei Federal nº 12.232/2010;

5.3.1. A **CONTRATANTE**, por intermédio do seu responsável técnico, expedirá Ordem de Serviço especificando as atividades a serem desempenhadas.

5.3.2. A **CONTRATADA** elaborará a correspondente apropriação de custos, dentro dos parâmetros estabelecidos na Proposta Técnica e de Proposta de Preço aprovadas no **processo licitatório**, acompanhada de demonstrativo dos preços da média de mercado ou tabela de preços vigentes à época, conforme a espécie do trabalho a ser



prestado, bem como a efetiva incidência dos descontos negociados em favor da **CONTRATANTE**, dentro do critério da melhor relação custo/benefício;

5.3.3. A **CONTRATADA** deverá obter a aprovação prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;

5.3.4. A **CONTRATADA** deverá submeter a contratação de serviços de terceiros, objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**, quanto à política de preços, permanecendo com todas as suas responsabilidades contratuais perante esta, inclusive quanto à qualidade e à finalidade almejada;

5.3.5. Todas as vantagens derivadas de negociação de preços e de condições de pagamento, inclusive especiais (além dos normais previstos em tabelas) com fornecedores e com veículos, e, quanto a estes, sob forma de descontos e bonificações ou reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, deverão ser transferidas integralmente à **CONTRATANTE**, salvo se privativas da **CONTRATADA** e constarão das respectivas apropriações que esta encaminhar à **CONTRATANTE** para aprovação;

5.3.6. A **CONTRATADA**, produzirá e apresentará uma cópia em arquivo digital em alta resolução de cada filme para TV, spots, jingles de rádio e peças para mídia digital online (internet); mídia out of home (OOH / DOOH), cinema, revistas ou jornais;

5.3.7. Na execução dos serviços, a **CONTRATADA** será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços de terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços, arcando integralmente com os encargos decorrentes;

5.3.8. A **CONTRATADA** deverá obter a aprovação da **CONTRATANTE** por meio da Assessoria de Comunicação, após apresentação prévia:

- I. da ideia criativa, da ação e/ou campanha; do roteiro, do texto, da apresentação visual (layout) e da arte final das mensagens, peças ou qualquer outro tipo de comunicação publicitária;
- II. do plano de mídia e do plano dos demais meios de distribuição da comunicação publicitária;
- III. do período de realização;
- IV. da apropriação de custos;
- V. da assunção de despesas com fornecedores especializados, veículos ou qualquer outra relacionada com a Ordem de Serviço; e
- VI. das métricas utilizadas para aferir o retorno dos esforços de comunicação.

5.3.9. Nos termos das disposições normativas, toda campanha, preparação de peças, planos de mídia e autorizações de mídia, destinadas aos veículos de comunicação, deverão ser apresentados, ainda na fase de planejamento, para que sejam examinados pela **CONTRATANTE**, sob o aspecto técnico-publicitário;

5.3.10. No caso de necessidade de segunda tiragem, a **CONTRATANTE** poderá optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação;

5.3.11. A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação da mídia pela **CONTRATANTE** e sua reprodução dar-se-á a partir das peças aprovadas pela autoridade competente;

5.3.12. A **CONTRATADA** deverá entregar à **CONTRATANTE**, impreterivelmente, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório detalhando, com base em dados que possam ser comprovados com documentos, as despesas de produção e veiculação autorizadas e realizadas no mês anterior, nos termos da Lei nº 4.320 de 17 de março de 1964, e um relatório dos serviços em andamento com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio, nos moldes indicados pela **CONTRATANTE**, após esse prazo poderá ser aplicada a penalidade prevista no subitem 10.2

5.3.13. O fornecimento de bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/10, deverá observar o procedimento previsto no art. 14 e parágrafos da Lei Federal nº 12.232/10.

5.4. REMUNERAÇÃO

5.4.1. A **CONTRATADA** será remunerada pelos serviços prestados com base nos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia- SINAPRO- BA a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**;

5.4.2. A **CONTRATADA** receberá honorários referentes à produção de peças e materiais incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores;

5.4.3. A **CONTRATADA** receberá honorários incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por



fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias;

5.4.4. A **CONTRATADA** receberá honorários incidentes sobre os custos de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

5.4.5. A **CONTRATADA** receberá honorários na reutilização de peças em roteiros comerciais por período igual ao inicialmente pactuado, calculado com base no percentual máximo incidente sobre o cachê original, a ser pago pela **CONTRATANTE** a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz.

5.4.6. A **CONTRATADA** receberá honorários na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, calculado com base no percentual máximo incidente sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de uso.

5.5. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

5.5.1. Além da remuneração prevista no subitem 5.4, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) sobre os preços de tabela ou os preços negociados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com a legislação regente.

5.5.2. Da comissão de agência a que faz jus, a **CONTRATADA** repassará em favor da **CONTRATANTE**, sob a forma de desconto, o percentual máximo previsto na correspondente faixa de INVESTIMENTO BRUTO ANUAL DE MÍDIA PREVISTA PELA **CONTRATANTE**, no ato de pagamento de cada uma das respectivas faturas, permanecendo com o saldo restante de comissão.

5.6. PRAZOS

5.6.1. Para execução dos serviços serão emitidas Ordem de Serviço especificando as atividades a serem desempenhadas, cujos prazos serão estabelecidos de comum acordo considerando a complexidade, conveniência e urgência da prestação dos serviços.

5.6.2. Demais prazos estão dispostos na Minuta do Termo de Contrato.

6. DA GESTÃO CONTRATUAL E FISCALIZAÇÃO (art. 6º, XXIII, alínea “f”, da Lei Federal nº 14.133/2021)

6.1. O objetivo da gestão do contrato é assegurar o cumprimento integral das obrigações contratuais por parte da empresa contratada, garantindo a qualidade do fornecimento e o atendimento às necessidades da administração pública.

6.2. O gestor do contrato deverá controlar todos os prazos, conforme no cronograma contratual.

6.3. A Contratada deverá cumprir rigorosamente os prazos definidos.

6.4. Caso ocorram atrasos ou fatos supervenientes que comprometam o regular fornecimento, de forma a incidir prejuízos à rotina da Contratante, serão aplicadas as penalidades previstas no contrato, observadas as justificativas apresentadas pela Contratada.

6.5. O gestor do contrato manterá um canal de comunicação constante com a empresa contratada, facilitando o encaminhamento de demandas, esclarecimentos e notificações.

6.6. Deverão ser mantidos registros detalhados de todas as entregas, inspeções, notificações e demais interações entre as partes, a fim de documentar o histórico da execução contratual e possibilitar a transparência e rastreabilidade do processo.

6.7. A gestão do contrato será realizada pelo **CONTRATANTE**, visando ao cumprimento de todas as condições estabelecidas no instrumento de contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.8. As comunicações entre a **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA** serão realizadas por escrito, através de mensagem eletrônica.

6.9. A **CONTRATANTE** fará avaliação anual do contrato que se dará pela mensuração dos aspectos estratégicos, criação, produção, mídia, planejamento, pesquisa, compra e acompanhamento de mídia, acompanhamento de metas, grupo de atendimento, administração e finanças, serviços especiais, parcerias e atendimento global.

6.10. DAS ROTINAS DE FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL:

6.10.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial (Lei nº



14.133/2021, art. 115, *caput*).

6.10.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.10.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.10.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da contratada para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.10.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

6.10.6. O contrato será gerido por fiscais designados por cada setor designado pela Administração Municipal, conforme art. 6º, XXIII, alínea “e” da Lei n. 14.133/2021. As atribuições do fiscal incluem:

- a) Acompanhar o cumprimento das cláusulas contratuais pela contratada.
- b) Verificar a qualidade, pontualidade e conformidade das entregas realizadas.
- c) Registrar ocorrências e solicitar ajustes ou substituições de produtos, quando necessário.
- d) Emitir relatórios periódicos sobre a execução contratual e o consumo dos produtos fornecidos.

6.11. DO PREPOSTO

6.11.1. A Contratada deverá indicar, mediante declaração, um preposto, no Município, aceito pela fiscalização, durante o período de vigência do contrato, para representá-la administrativamente, sempre que for necessário. Na declaração deverá constar o nome completo, nº do CPF e do documento de identidade, além dos dados relacionados à sua qualificação profissional.

6.11.2. O preposto deverá estar apto a esclarecer as questões relacionadas às faturas dos itens fornecidos, bem como quaisquer assuntos pertinentes ao bom andamento e execução do contrato.

6.11.3. A empresa orientará o seu preposto quanto à necessidade de acatar as orientações da Administração, inclusive quanto ao cumprimento das Normas Internas e de Segurança e Medicina do Trabalho.

6.11.4. A Contratada deverá manter preposto indicado durante todo o período contratual.

6.11.5. A Contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que a Contratada designará outro para o exercício da atividade.

6.11.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo fiscal do contrato designado pelo órgão solicitante, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, *caput*).

6.12. DA FISCALIZAÇÃO:

6.12.1. O acompanhamento da execução do contrato será levado a efeito pelos fiscais de contrato das respectivas Secretarias Municipais, que exercerá a fiscalização técnica e a administrativa.

6.12.2. Nesta contratação, o fiscal do contrato será o servidor **Iargo Batista Barros Conceição**, Assessor de Comunicação, conforme previsto na Portaria nº 006/2022, inscrito no CPF 016.504.895-60.

6.12.3. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior, e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da Administração ou de seus agentes e prepostos.

6.13. FISCALIZAÇÃO TÉCNICA:

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

6.13.2. Nos termos do §1º do art. 117 da Lei nº 14.133 de 2021, será designado o fiscal técnico do contrato enquanto representante para acompanhar e fiscalizar a entrega dos bens, anotando em registro próprio, todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das falhas ou dos defeitos observado;

6.13.3. Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a



correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção;

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

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

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

6.14. DA FISCALIZAÇÃO ADMINISTRATIVA:

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

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

6.15. GESTOR DO CONTRATO

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

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

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

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

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

6.15.6. O gestor do contrato, ou, em sua ausência, o fiscal administrativo, deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

6.15.7. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da fornecedora, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior, e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da Administração ou de seus agentes e prepostos, de conformidade com o art. 120 da Lei nº 14.133, de 2021.

6.15.8. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando ao Contratado, por escrito, as respectivas correções.

6.15.9. Emitir Termo Circunstanciado para efeito de recebimento definitivo do fornecimento executado, com base nos relatórios e documentações apresentadas.

6.15.10. Comunicar ao Contratado que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

6.15.11. Será responsável pela **GESTÃO DO CONTRATO** inerente a este Termo de Referência, a senhora, **Carla Cristina da Silva Maia Santana**, inscrita no CPF: 036.077.735-05, nomeada como Chefe de Gabinete do Prefeito, conforme disposto no Decreto 005/2025.



7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO (art. 6º, XXIII, alínea “g” da Lei Federal n.º 14.133/2021)

7.1. DO RECEBIMENTO E CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO

7.1.1. Do recebimento:

7.1.1.1. Os serviços serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da execução do objeto do contrato e o responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, fará a posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta.

7.1.1.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de 15 (quinze) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.1.1.3. O prazo da disposição acima será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se refere a parcela a ser paga.

7.1.1.4. O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

7.1.1.5. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que é pertinente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.1.1.6. O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

7.1.1.7. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

7.1.2. O pagamento será creditado, em conta corrente da **CONTRATADA** pela Secretaria de Finanças da **CONTRATANTE**, preferencialmente através de crédito em conta corrente indicada pela **CONTRATADA**, acompanhado da versão digital das notas fiscais, recibos ou documento de cobrança equivalente de fornecedores e de veículos, e respectivos comprovantes de realização de serviços.

7.1.3. No tocante à veiculação, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar sem ônus para a **CONTRATANTE** os seguintes comprovantes:

7.1.3.1. **JORNAL e REVISTA:** exemplar original com o anúncio; cópia de parecer ou qualquer manifestação de empresa independente de auditoria credenciada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, que ateste a tiragem e distribuição desse exemplar. Na falta dessa auditoria, deve ser fornecida prova de tiragem por meio de declaração assinada digitalmente /certidão emitida, sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, pela(s) gráfica(s) responsável(eis) pela impressão da edição específica em que foi publicado o anúncio, detalhando o número de exemplares destinados à venda avulsa, assinaturas e circulação gratuita (cortesia, degustação e reparte interno), bem como cópia autenticada das notas fiscais do serviço de impressão de referida tiragem, além de declaração, redigida pelo representante legal do veículo, também sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, informando a tiragem e a relação dos pontos de distribuição com endereço de cada um deles;

7.1.3.2. **TV, Rádio e Cinema:** documento usualmente emitido pelo veículo (relatório de checagem de veiculação, mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, assinada digitalmente, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

7.1.3.3. **Mídia Out Of Home:** relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração;

7.1.3.4. **Mídia Digital Out Of Home:** relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art.



299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração;

7.1.3.5. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, com a tipo e quantidade de inserções, período de veiculação, preferencialmente com identificação das peças e print da tela, métricas utilizadas e o resultado alcançado.

7.1.3.6. Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

7.1.3.7. Formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos subitens 7.3.1 a 7.2.6 serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

7.1.4. Os pagamentos devidos serão efetuados mediante processo regular e em observância às normas e procedimentos adotados pelo Contratante, da seguinte maneira: Até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços, e após atestada pelo fiscal da CONTRATANTE.

7.2. DA LIQUIDAÇÃO:

7.2.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

- I.** a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do CONTRATANTE, nº do CNPJ, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;
- II.** a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo, que será emitido em nome do CONTRATANTE;
- III.** os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

7.2.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE**.

7.2.2. O fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

7.2.3. As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

"Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução."

7.3. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:

- I. execução de serviços internos:** apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 7.2.1;
- II. intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores:** apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 7.2.1;
- III. bens e serviços especializados prestados por fornecedores:** apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 7.2.1;
- IV. veiculação:** apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 7.2.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 7.1.3.



7.3.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

7.4. DO PRAZO DE PAGAMENTO:

7.4.1. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

7.4.2. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 7.2.1 e 7.3.

7.4.3. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.

7.4.4. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

EM = I x N x VP, sendo:

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

I = (TX); I = (6 / 100); I = 0,00016438

= Percentual da taxa anual = 6%

7.4.4.1. A **CONTRATANTE** não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da **CONTRATADA**, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

7.5. DA FORMA DE PAGAMENTO:

7.5.1. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

7.5.1.1. Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, 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 e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

7.5.3. A **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

7.5.4. Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

7.5.4.1. A **CONTRATADA** informará à **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela **CONTRATANTE** e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos



efetuados no mês imediatamente anterior.

7.5.4.1.1. Os dados e formatos dos controles serão definidos pela **CONTRATANTE**, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da **CONTRATANTE**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

7.5.4.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 7.5.4.1 e 7.5.4.1.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA**, até que seja resolvida a pendência.

7.5.4.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da **CONTRATANTE**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**.

7.5.4.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 7.7.4.2, a **CONTRATANTE**, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

7.5.4.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a **CONTRATANTE** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela **CONTRATADA**, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

7.5.5. A **CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

7.5.6. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar n.º 123/2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

7.6. CESSÃO DE CRÉDITO

7.6.1. Não é admitida a cessão fiduciária de direitos creditícios com instituição financeira, nos termos e de acordo com os procedimentos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME n.º 53, de 8 de julho de 2020, por tratar-se de regulação adstrita ao Governo Federal, em seu âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional.

7.6.2. A cessão fiduciária de direitos creditícios apenas poderá ser utilizada pela empresa contratada, quando houver regulamentação própria no âmbito desta Administração, às quais estarão reguladas por suas instruções normativas.

8. DO REAJUSTAMENTO (art. 25, § 7º, da Lei Federal n.º 14.133/2021)

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

8.1.1. Dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da contratada, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, aplicando-se o índice IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

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

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

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

8.6. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para



reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo;

8.7. O reajuste será realizado por apostilamento.

9. DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DAS PARTES (art. 89, § 2º, da Lei Federal n.º 14.133/2021)

9.1. DO CONTRATANTE:

9.1.1. Expedir as ordens de serviço, explicitando os trabalhos necessários.

9.1.2. Atestar o recebimento dos serviços prestados.

9.1.3. Efetuar o pagamento, conforme previsto no Termo de Contrato.

9.1.4. Será de responsabilidade da **CONTRATANTE** o tratamento e disponibilização à **CONTRATADA** os elementos e informações que se fizerem necessárias à execução dos serviços contratados, sendo certo que a **CONTRATADA** assume o compromisso de não divulgar, por qualquer forma, referidas informações a quem quer que seja, ainda que sob a forma de cessão, locação, alienação, empréstimo, sem prévia e expressa concordância da **CONTRATANTE**, manifestada por documento escrito.

9.1.4.1. 9.2.4.1. Em caso de comprovação da falta de cumprimento do disposto no subitem anterior, ou de utilização das informações fornecidas pela **CONTRATANTE** para outros fins de qualquer natureza ou espécie que não os expressamente autorizados e para uso exclusivo nos serviços prestados à **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** responderá de forma incondicional civil, criminal e administrativamente pelo fato, sem prejuízo do direito da **CONTRATANTE** de promover a rescisão contratual com a aplicação das penalidades previstas neste contrato e na legislação.

9.1.5. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

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

9.1.7. Notificar a **CONTRATADA**, por escrito, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

9.2. DA CONTRATADA

9.2.1. Além das obrigações constantes no Edital e seus Anexos, das estabelecidas no presente instrumento e das fixadas na normatização de regência, a **CONTRATADA** deverá responsabilizar-se integralmente pelos serviços contratados;

9.2.2. Guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes;

9.2.3. Executar o Plano de Ação, conforme informações e instrumentos de publicidade (Briefing) colocados à disposição da **CONTRATANTE**, sem ônus adicional, durante a vigência do ajuste, de acordo com o investimento previsto na proposta vencedora;

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

9.2.5. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE** e aprovação da **CONTRATANTE**;

9.2.6. Realizar diretamente, ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros sob sua responsabilidade, os serviços contratados, de acordo com as especificações estipuladas e aprovadas pela **CONTRATANTE**;

9.2.7. Obter os melhores preços e condições nas negociações junto a terceiros, transferindo à **CONTRATANTE** as vantagens normais, previstas em tabela, e as especiais, derivadas de negociações de preços e de condições de pagamento entabuladas com os fornecedores e veículos, bem como as conferidas sob forma de descontos, bonificações ou reaplicações, prazos especiais de pagamento, etc., salvo se privativas da **CONTRATADA**;

9.2.8. É vedado à **CONTRATADA** privilegiar os planos de incentivo (Lei Federal Nº 12.232/2010, art. 18) em detrimento dos interesses da **CONTRATANTE**, seja preterindo veículos de divulgação que não os concedam, seja priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

9.2.8.1. O descumprimento ao disposto no subitem 9.2.8 deste Termo de Referência constituirá violação aos deveres contratuais, submetendo à **CONTRATADA** infratora a processo administrativo que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação da sanção prevista no subitem 11.1.2 deste Termo de



Referência.

9.2.9. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução, observando-se o que estabelece o Termo de Contrato. A impossibilidade de obter três propostas deverá ser justificada por escrito pela CONTRATADA, observadas as seguintes condições:

- a) apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Estado da Bahia, aptos a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato, nos termos da Lei federal nº 12.232/2010.
- b) exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- c) fazer constar dos orçamentos de produção a seguinte declaração assinada de forma digital por representante da SUBCONTRATADA, com poderes para tal. “Estamos cientes e autorizando, cedendo todos os direitos, que as peças/materiais produzidos fiquem expostos em acervo no Portal e nos Canais Próprios do cliente por tempo indeterminado”.
- d) a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura digital do responsável pela cotação;
- e) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade no CNPJ ou no CPF e nos cadastros de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;
- f) Para cada orçamento encaminhado deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada digitalmente por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação: “Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

9.2.10. Obter a aprovação prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;

9.2.11. Submeter a contratação de serviços de terceiros, objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**, quanto à política de preços, permanecendo com todas as suas responsabilidades contratuais perante esta, inclusive quanto à qualidade e à finalidade almejada;

9.2.12. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, malas diretas, etc.) aprovadas pela **CONTRATANTE**;

9.2.13. Exibir laudo que comprove a compra de pesquisas de mídia necessárias ao desenvolvimento dos trabalhos da espécie, no prazo de 15 (quinze) dias, após a solicitação da **CONTRATANTE**, após esse prazo, poderá ser aplicada a penalidade prevista no subitem 10.2.

9.2.14. Registrar em Relatório de Atendimento todas as reuniões e comunicações de serviço mantidas com a **CONTRATANTE**, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades. Tais relatórios deverão ser enviados pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE** até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a **CONTRATANTE** solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

9.2.15. Tomar providências imediatas em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais assumidas com terceiros e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou por terceiros por ela contratados;

9.2.16. Manter em Carteira os títulos originados pelos serviços executados, sendo vedada a sua negociação junto a estabelecimento financeiro. Se dá infringência deste dispositivo advierem protestos do título, a **CONTRATADA** obriga-se a efetuar às suas expensas o respectivo cancelamento, no prazo de 5 (cinco) dias, contados da data da emissão do correspondente instrumento cartorário, após esse prazo, poderá ser aplicado a penalidade prevista no subitem 10.2.

9.2.17. A **CONTRATADA** não poderá, a qualquer pretexto, utilizar o nome da **CONTRATANTE**, os serviços e os recursos a ela fornecidos como forma de publicidade, propaganda e/ou qualquer outra forma de divulgação sem o consentimento expresso e formal da **CONTRATANTE**.

9.2.18. A obrigação do sigilo prevista nesta cláusula subsistirá não só durante o prazo de vigência contratual, como



também pelo prazo de 10 (dez) anos após o término de sua vigência.

9.2.19. A **CONTRATADA** se obriga a orientar seus empregados e demais prepostos, vinculados à execução do objeto deste instrumento, a observar e respeitar as obrigações aqui contratadas e as regras internas da **CONTRATANTE**.

9.2.20. Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação;

9.2.21. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste;

9.2.22. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;

9.2.23. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, aos de terceiros contratados;

9.2.24. Responder pelos recolhimentos dos tributos federais, estaduais e municipais incidentes sobre os serviços prestados.

9.2.25. A **CONTRATADA** deverá apresentar, junto aos documentos de cobrança, relatório conforme modelo indicado no Anexo I do Termo de Contrato - RELATÓRIO DE COBRANÇA, com as seguintes informações: número da nota fiscal, data de emissão da nota fiscal, nome empresarial da agência, CNPJ da agência, valor bruto da nota fiscal, valor de faturamento da agência, base de cálculo do imposto de renda sobre o faturamento da agência, alíquota de imposto de renda retido na fonte aplicado sobre o faturamento da agência, imposto de renda retido na fonte sobre faturamento da agência, nome empresarial do terceiro, CNPJ do terceiro, faturamento do terceiro, base de cálculo do impostos de renda retido na fonte sobre o faturamento do terceiro, alíquota do imposto de renda retido na fonte sobre o faturamento do terceiro, imposto de renda retido na fonte sobre faturamento do terceiro, valor total da soma do imposto de renda retido na fonte sobre o faturamento da agência e do imposto de renda retido na fonte sobre o faturamento do terceiro, valor líquido do pagamento a agência, se a agência é optante do Simples Nacional ou se possui imunidade ou isenção tributária, se o terceiro é optante do Simples Nacional ou se possui imunidade ou isenção tributária, mês competência da prestação do serviço, número da ordem de serviço, descrição do serviço prestado pela agência, descrição do serviço prestado pelo terceiro, código da campanha, nome da campanha. A cópia do referido relatório deverá ser entregue também em planilha editável.

9.2.26. Para cada empresa **TERCEIRA** emitente de nota fiscal e que seja optante do Simples Nacional ou que tenha imunidade ou isenção tributária, a **CONTRATADA** deverá encaminhar documentação que comprove tal situação fiscal juntamente com o relatório indicada no item 9.2.25.

9.2.27. Para fins do Art. 16 da Lei nº 12.232/10, a **CONTRATADA** deverá apresentar junto ao relatório indicado no subitem 9.2.25 o relatório previsto no Anexo II do Termo de Contrato – DADOS DA CAMPANHA com informações sobre código da campanha, nome da campanha, objetivo da campanha, sendo que:

a) PARA CADA FORNECEDOR: deverá informar: mês de competência, tipo de serviço, nome empresarial, título do estabelecimento (nome de fantasia), descrição do serviço, valor faturado pelo terceiro, honorário de agência e valor total da nota fiscal da agência;

b) PARA CADA VEÍCULO: deverá informar: mês de competência, categoria de mídia, nome empresarial, título do estabelecimento (nome de fantasia), valor faturado pelo veículo, desconto padrão e valor total da nota fiscal da agência. A cópia do referido relatório deverá ser entregue também em planilha editável.

9.2.28. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

9.2.29. Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais;

9.2.30. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria **CONTRATANTE**;

9.2.31. Nos casos de contratação de terceiros para a execução parcial de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições originárias do presente contrato;

9.2.32. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penalidades e às indenizações cabíveis;

9.2.33. Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por



erro seu, em quaisquer serviços objeto deste contrato;

9.2.34. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativas de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**;

9.2.35. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato, responsabilizando-se, enfim, por todas as obrigações decorrentes do ajuste, inclusive fiscais, trabalhistas, previdenciárias, acidentárias e civis;

9.2.36. Responder por qualquer ação judicial ou extrajudicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, referentes ao objeto deste contrato;

9.2.37. Zelar, no que lhe compete, pelo correto encaminhamento de faturas e demais documentos decorrentes deste contrato, certificando-se da identificação do destinatário, de forma a evitar extravios que possam implicar morosidade e obrigações por parte da **CONTRATANTE**;

9.2.38. É vedado à **CONTRATADA** caucionar ou utilizar este contrato para qualquer operação de natureza financeira;

9.2.39. Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal n.º 14.133/21, que a **CONTRATADA** aceita e aos quais se submete;

9.2.40. 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;

9.2.41. Apresentar, ao final de cada campanha / ação publicitária, Relatório de Desempenho contendo o detalhamento das métricas, resultados alcançados e demais informações cabíveis.

9.2.42. Nas alterações unilaterais a que se refere o inciso I do caput do art. 124 da Lei 14.133/21, o contratado será obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

10. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

10.1. O fornecedor será selecionado por meio de licitação na modalidade Concorrência, cujo critério de julgamento será “técnica e preço”, conforme disposto no Art. 5º da Lei 12.232/10.

10.2. Para fins de seleção da proposta haverá as seguintes condições:

10.2.1. PROPOSTAS TÉCNICAS

10.2.1.1. As propostas técnicas serão elaboradas com base no briefing a ser disponibilizado no Edital.

10.2.1.2. As propostas técnicas serão julgadas por Subcomissão Técnica, formada de acordo com o Art. 10 da Lei 12.232/10.

10.2.1.3. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

10.2.1.4. A Proposta Técnica será analisada e avaliada individualmente pelos membros da Subcomissão Técnica.

10.2.1.5. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesitos elencados no Edital.

10.2.1.6. A Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a soma dos pontos dos quesitos ou subquesitos.

10.2.2. PROPOSTA DE PREÇO

10.2.2.1. As Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e receberão no máximo 100 (cem) pontos.

10.2.3. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.2.3.1. O julgamento final das Propostas desta Concorrência será feito de acordo com o procedimento previsto para o tipo de licitação “**TÉCNICA E PREÇO**”, conforme a Lei Federal nº 14.133/21.

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



- 10.2.3.3.** A pontuação técnica é o somatório das notas atribuídas a cada quesito técnico e a pontuação de preço é o resultado do somatório das notas atribuídas a cada quesito da planilha de preços contida no item.
- 10.2.3.4.** O Índice Técnico (IT) será aferido através do somatório das notas obtidas nas propostas técnicas, com máximo de 100 (cem) pontos.
- 10.2.3.5.** A proposta que obtiver, no Índice Técnico, total de pontos menor que 75, será desclassificada.
- 10.2.3.6.** O Índice de Preço (IP) será aferido através do somatório das notas obtidas nas propostas de preços.
- 10.2.3.7.** O cálculo do índice de preço obedecerá à seguinte fórmula:

Índice de Preço (IP) = total de pontos obtidos na proposta em análise, dividido pela maior pontuação obtida dentre as demais propostas e multiplicado por 100:

$$IP = \frac{PA \times 100}{MP}$$

Onde:

IP = Índice de Preço

MP = Maior Pontuação de Preço

PA = Pontuação da Proposta em Análise

- 10.2.3.8.** Para encontrar a melhor proposta será feita uma classificação decrescente das propostas classificadas, utilizando o seguinte critério:

Pontuação Resultante (PR) = Índice Técnico multiplicado por 6 (seis) somado a Índice de Preço multiplicado por 4 (quatro).

$$PR = (IT \times 6) + (IP \times 4)$$

Onde:

PR = Pontuação Resultante

IT = Índice Técnico

IP = Índice de Preço

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

- 10.2.3.10.** Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem-classificada seguirá o disposto no futuro Termo de Referência.

10.3. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

- I.** em via original; ou
- II.** sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
- III.** em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
- IV.** em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

10.3.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

EXIGÊNCIAS DE HABILITAÇÃO

10.4. Para fins de habilitação, deverá o interessado comprovar o preenchimento dos seguintes requisitos:

10.4.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA



- a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
 - i. os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- d) registro comercial, em caso de empresa individual.
- e) documento pessoal do responsável.

10.4.2. HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.
- g) Declaração de cumprimento ao disposto no Inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal e outras que forem necessárias.

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

10.4.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

10.4.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.4.3. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

- a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;
 - i. caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- b) balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais;
 - i. o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
 - ii. se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
 - iii. o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou



autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

- I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;
- II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
- III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
- IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:
 - a. termo de autenticação com a identificação do autenticador;
 - b. balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
 - c. termo de abertura e encerramento;
 - d. requerimento de autenticação de Livro Digital;
 - e. recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

10.4.3.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

10.4.3.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

- a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

10.4.3.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 17.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

10.4.3.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), do subitem 17.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 10% do valor estimado da contratação.



10.4.4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

10.4.4.1. Atestado(s) de Capacidade Técnica, expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a empresa prestado ou estar prestando serviços de comunicação, publicidade e marketing, compatíveis em características, quantidades e prazos com o objeto da presente licitação.

10.4.4.1.1. Considera-se em quantidades compatíveis, atestados que comprovem ter a licitante planejado e executado ações de publicidade, utilizando ao menos dois dos seguintes veículos de comunicação existentes no mercado de comunicação de massa: TV, Rádio, Revistas ou Jornais, eletrônicos ou não, *Mídia Out Of Home* sendo ao menos uma ação que envolva a mídia TV e outra a mídia rádio.

10.4.4.1.2. O(s) Atestado(s) deverá(ão) ser(em) fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado - no original ou em cópia reprográfica autenticada, ou cópia a ser autenticada pela Comissão de Licitação, à vista do original.

10.4.4.2. Certificado de qualificação técnica eletrônico de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu §1º, com código de validação, obtido perante site oficial do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP <https://www.cenp.com.br/certificacao>.

10.4.4.2.1. o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

10.4.4.3. Caso a pessoa jurídica proponente pretenda utilizar atestado(s) de qualificação técnica, ou outro(s) documentos(s) referente(s) aos serviços executados ou em execução na CONTRATANTE, deverá providenciar o(s) referido(s) atestado(s) ou documento(s) junto à Unidade competente para apresentação no certame.

10.4.5. DECLARAÇÕES:

10.4.5.1. Declaração, preferencialmente com assinatura digital, de que a licitante dispõe de pessoal técnico especializado para o atendimento do objeto da licitação, com descrição do perfil da equipe ou equipes que atenderão a CONTRATANTE.

10.4.5.2. Declaração, preferencialmente com assinatura digital, de possibilidade de operar no Estado da Bahia, subscrita por representante legalmente habilitado da licitante.

10.4.5.3. Declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

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

11. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES (do art. 155 ao art. 163, da Lei Federal n.º 14.133/2021)

11.1. Além das penalidades previstas no Edital, o descumprimento de quaisquer das obrigações assumidas importará na aplicação das seguintes penalidades:

11.1.1. Multa de 0,05% (cinco centésimos por cento) sobre o valor total do contrato, por dia de atraso injustificado na execução dos serviços, limitada ao máximo de 05 (cinco) dias, excluída, quando for o caso, a parcela correspondente aos impostos destacados no documento fiscal. Decorrido esse prazo, poderão ser aplicadas as penalidades previstas nos subitens 11.1.4, 11.1.6, 11.1.7 e/ou 11.1.8.

11.1.1.1. Entende-se por execução dos serviços todos os serviços prestados desde o planejamento até a devida prestação de contas, incluídas as obrigações administrativas contratuais e legais como comprovantes dos serviços prestados, planilhas e relatórios administrativos.

11.1.2. Multa de 1% (um por cento) ao mês sobre o valor não repassado ao fornecedor de serviços especializados, incluindo os de veiculação por descumprimento do prazo estabelecido para apresentação dos comprovantes dos pagamentos efetuados a terceiros.

11.1.3. Multa cominatória de 5% (cinco por cento) sobre o valor total da garantia a ser prestada, em caso de descumprimento dos prazos previstos na Minuta de Contrato, por culpa da **CONTRATADA**, limitado o atraso a 10 (dez) dias úteis.

11.1.4. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, em caso de inexecução parcial do ajuste ou



outra irregularidade grave havida no cumprimento do avençado, por culpa da **CONTRATADA**, bem como para o caso de não serem atingidos os padrões de qualidade previstos na avaliação trimestral descrita no subitem 6.9 deste Termo de Referência.

11.1.5. A **CONTRATANTE** poderá, a seu critério, reduzir pela metade o valor da multa, em caso de primeira infração contratual praticada pela **CONTRATADA**.

11.1.6. Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de sua inexecução total.

11.1.7. Impedimento de licitar e contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração direta e indireta do **CONTRATANTE** pelo prazo de até 03 (três) anos, desde que configurada a gravidade da(s) infração(ões).

11.1.8. Declaração de inidoneidade, de competência exclusiva da **CONTRATANTE**, que impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

11.2. As multas previstas nestas cláusulas e demais sanções legais são independentes.

11.3. No caso de reincidência da(s) conduta(s) prevista(s) no(s) subitem(s) 10.2, poderão ser aplicadas as penalidades previstas nos subitens, 11.1.4, 11.1.6, 11.1.7 e/ou 11.1.8.

11.4. As multas terão seus valores apurados na data da infração.

11.5. Para fins de atualização monetária para aplicação das penalidades será utilizado o índice IPC/FIPE.

12. DA VIGÊNCIA

12.1. A vigência do Contrato terá como termo inicial a data de sua assinatura, e terá duração de **12 (doze) meses**, prorrogáveis por iguais ou inferiores períodos, limitado a 10 (dez) anos, a critério da **CONTRATANTE**, considerados os resultados das avaliações anuais, de acordo com a legislação em vigor.

13. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

13.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 está consignado em:

Unidade Orçamentária: 0200/02.01 - Gabinete do Prefeito

Programa de Atividade: 04.122.002.2003 – Manutenção do Gabinete do Prefeito

Elemento de Despesa: 3.3.9.0.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

14. DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1. A Administração reserva-se no direito de impugnar o serviço executado, se esse não estiver de acordo com as especificações contidas neste Termo de Referência.

14.2. Os casos omissos serão resolvidos com base nos dispositivos constantes na Lei Federal 14.133/2021.

14.3. Fica eleito o foro da Comarca de Jaguarari, Estado da Bahia, como único e competente para dirimir quaisquer demandas do presente contrato, por mais privilegiado que outro possa ser.



ANEXO III MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência nº 004/2025 - Processo Administrativo Nº 050/2025**.

Poderes

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

local e data

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

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 IV

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de Contratação

Referente a Concorrência nº 004/2025 – Município de Jaguarari

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, celebrado com base na Concorrência nº 004/2025, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) desconto a ser concedido à PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARARI, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia: ____ % (____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados da PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARARI, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: ____ % (____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados da PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARARI, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual: ____ % (____ por cento).

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

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

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

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações

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

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

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

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

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

local e data

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



ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO

CLÁUSULA PRIMEIRA	LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
CLÁUSULA SEGUNDA	OBJETO
CLÁUSULA TERCEIRA	VIGÊNCIA
CLÁUSULA QUARTA	VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
CLÁUSULA QUINTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
CLÁUSULA SEXTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
CLÁUSULA SÉTIMA	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
CLÁUSULA OITAVA	REMUNERAÇÃO
CLÁUSULA NONA	DESCONTO DE AGÊNCIA
CLÁUSULA DÉCIMA	DIREITOS AUTORAIS
CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA	LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS
CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA	GARANTIA DE EXECUÇÃO
CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA	RESCISÃO
CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA	DISPOSIÇÕES GERAIS
CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA	FORO



CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM O MUNICÍPIO DE JAGUARARI, POR INTERMÉDIO DO(A) SETOR DO MUNICÍPIO DE JAGUARARI, E A NOME AGÊNCIA CONTRATADA

CONTRATO Nº XXXX/ ANO

O MUNICÍPIO DE JAGUARARI, por intermédio do, <no caso de órgão/entidade da Administração Indireta>O(A)....., CNPJ nº, sediado em, doravante designada **CONTRATANTE**, neste ato representado(a) pelo, CPF nº, residente e domiciliado nesta cidade, de acordo com a competência prevista no art. da Portaria nº, de, publicada no Diário Oficial da União de, e a empresa, CNPJ nº, estabelecida no, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por, portador da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº, residente e domiciliado em, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº **004/2025**, Processo nº, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, Lei nº 14.133/2021 e das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CNEP.

1.2 Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da CONCORRÊNCIA nº 004/2025 - PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 050/2025, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação e atividades complementares, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, com um caráter educativo, informativo e de orientação social, para os órgãos da Prefeitura Municipal de Jaguarari.

2.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- d) à elaboração de marcas, de expressão, de propaganda, de logotipos, e de outros elementos de comunicação visual.

2.2.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

2.2.2. O planejamento previsto no subitem 2.1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.



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

- I. gerar conhecimento sobre o mercado, o público alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- II. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- III. possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.2.4. Os serviços previstos nos subitens 2.1.1 e 2.2.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.2.4.2 Para a realização dos serviços de Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital pretendido com esta contratação estão contemplados ainda os seguintes serviços:

- a) Elaborar plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou das regiões objetivados (Planejamento de Mídia), oferecendo melhor custo X benefício para o CONTRATANTE.
- b) Executar o plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Criação e Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia on-line e off-line).
- c) Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões onde o conceito, ideia, marca, política pública ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.
- d) Assessorar, apoiar, contratar e desenvolver pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação apresentada e/ou aprovada.
- e) Planejar, conceber, criar, mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção, veiculação, implementação de tags e monitoramento do material aprovado.
- f) Incluir peças para internet, dispositivos móveis, mídias digitais sociais, e-mail marketing, ações de inbound marketing, marketing de conteúdo, dentre outros formatos e meios digitais que venham a surgir ainda previstas na tabela da SINAPRO.
- g) Planejar e executar pesquisas, monitoramento digital através de Data Management Platform (DMP) e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o CONTRATANTE, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.
- h) As pesquisas citadas neste item terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação para possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias a serem realizadas durante a execução do contrato.
- i) Realizar a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.
- j) Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- k) Elaborar plano estratégico e plano de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público alvo), avaliação de políticas públicas, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia.
- l) O Plano estratégico e o Plano de mídia devem sempre considerar a identificação e análise dos públicos ou região.
- m) Desenvolver plano de mídia, incluindo estudo do target (público alvo), definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.



- n) Contratar e acompanhar a produção, editar e adequar conteúdo de linguagem e revisar as publicações impressas e digitais (cartilhas, livretos, livros, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, manuais, dentre outros).
- o) Elaborar relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados.
- p) Elaborar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós campanha para identificar conhecimento da política ou serviço público entendimento da mensagem veiculada nas campanhas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas.
- q) Desenvolver todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias, dentre outras.
- r) Planejar, conceber, criar e produzir mensagens e peças para comunicação digital para internet, dispositivos móveis, e-mail marketing, mídias sociais, dentre outros meios digitais. Bem como elaborar estratégia de Band Safety para as campanhas on-line.
- s) Desenvolver site, hotsite, landing page, página promocional, aplicativo e outras peças de produções digitais não descritas na tabela SINAPRO.
- t) Assessorar, planejar e executar mídia digital e social, bem como acompanhar a veiculação, elaboração de relatórios específicos e análise de dados (Dashboard), para orientar na tomada de decisões estratégicas em campanhas online.
 - i. Comprar e veicular mídia digital com formato de impulsionamento, a exemplo de inserções nas redes sociais, bem como por meio de aplicativos de dispositivos móveis.
- u) Comprar, veicular, ativar e fornecer informações através da análise de inteligência de dados, app, mobile e de assistentes de voz.
- v) Monitorar e controlar as inserções publicitárias (mídias contratadas), por meio de relatório mensal com comprovação das veiculações no ato da emissão da nota, sendo que, para as veiculações em mídias de massa (TV aberta, rádio, jornal, revista, internet e redes sociais/mídias digitais), deverá A CONTRATADA apresentar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia.
- w) Outros serviços que estejam compreendidos no âmbito de atuação das agências de publicidade.

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

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

2.3.2. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.2 e 1.2.1 deste Edital.

2.3.3. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da CONTRATANTE, aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

2.4. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.3 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.1 – Do Objeto, exceto as atividades complementares previstas nos termos do § 1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

2.6. As ações de publicidade da CONTRATANTE, constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.



CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

- 3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.
- 3.1.1 A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.
- 3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 4.1 O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº 004/2025, que deu origem a este instrumento, está estimado em **R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses. Tal estimativa para elaboração deste estudo preliminar se deu a partir da análise de processos similares feitos por outros órgão e entidades, por meio de pesquisa de contratações públicas através de consulta ao DOM – Diário Oficial dos Municípios e também com base no antigo processo licitatório deste município oriundo do **CONTRATO Nº147-2023 – PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº006-2023, PERTENCENTE À TOMADA DE PREÇOS NºTP001-2023**.
- 4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de ano está consignado em:
Unidade Orçamentária: 0200/02.01 - Gabinete do Prefeito
Programa de Atividade: 04.122.002.2003 – Manutenção do Gabinete do Prefeito
Elemento de Despesa: 3.3.9.0.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
- 4.3 Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no Programa de Dispendios Globais, a(s) dotação(ões) necessária(s) ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 4.3.1 Na prorrogação, a **CONTRATANTE** poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.
- 4.3.2 A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.
- 4.4 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.
- 4.5 No interesse da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, nos termos dos art. 124 a 126 da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 5.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:
- 5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** no Município, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.



5.1.3 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.10 disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.5.3 A
CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **CONTRATANTE**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.10 desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

- I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- II - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- III - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;
- IV - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- V - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;
- VI - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.



5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**.

5.1.7.2 A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5 A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6 Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7 As disposições dos subitens 5.1.7e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

- I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;
- II - algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9 Obter a autorização prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9.1.1A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

5.1.10 Apresentar à **CONTRATANTE**, **sempre que possível**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.



5.1.11 Apresentar à **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.1.14 Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

5.1.15 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela **CONTRATANTE**.

5.1.18 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.19 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.20 Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

5.1.21 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.22 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na Concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.



5.1.23 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.24 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

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

5.1.26 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.27 Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.28 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

5.1.29 Manter, por si, por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

5.1.29.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.30 Responder perante a **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.31 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

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

5.1.32.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

5.1.34 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE



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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.
- h) abrir site de divulgação das informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores dos serviços especializados e veículos, com livre acesso por quaisquer interessados.

6.2 A juízo da **CONTRATANTE**, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a **CONTRATADA** apresentou na Concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3 A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

7.2 A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

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

7.4 A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**.

7.5 A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

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

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



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

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

7.10 A **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.10.1 A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para: apurar a necessidade de solicitar da **CONTRATADA**, correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.2 Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3 Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

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

III) à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1 Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

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

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3 A **CONTRATADA** não fará jus:

8.4 Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.



8.4.1 Quando houver a autorização excepcional da **CONTRATANTE** para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

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

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2 A **CONTRATADA** repassará à **CONTRATANTE** 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela **CONTRATADA**, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da **CONTRATANTE**, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados e prepostos.

10.1.3 A juízo da **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a **CONTRATADA** solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

10.2.1 A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.



10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela **CONTRATANTE** será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3 Qualquer remuneração, devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos, será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela **CONTRATANTE**, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela **CONTRATADA** ao fornecedor, sem que caiba à **CONTRATANTE** qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a **CONTRATANTE** poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da **CONTRATADA** ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1 Se a **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6 A **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da **CONTRATANTE**, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em



conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta; *nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável*

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da **CONTRATANTE**; *nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável*

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**.

11.1.2 O fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

11.1.3 As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

"Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução."

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:

I - execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2 É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.



11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta *on-line*, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1 Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, 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 e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

11.8 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\begin{aligned} \text{EM} &= I \times N \times \text{VP, sendo:} \\ \text{EM} &= \text{Encargos moratórios;} \\ N &= \text{Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;} \\ \text{VP} &= \text{Valor da parcela a ser paga.} \\ I &= \text{Índice de compensação financeira} = 0,00016438, \text{ assim apurado:} \\ I &= (\text{TX}); I = (6 / 100); I = 0,00016438 \\ &= \text{Percentual da taxa anual} = 6\% \end{aligned}$$

11.8.1. A **CONTRATANTE** não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da **CONTRATADA**, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.9 A **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A **CONTRATADA** informará à **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela **CONTRATANTE** e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1 Os dados e formatos dos controles serão definidos pela **CONTRATANTE**, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da **CONTRATANTE**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA**, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da **CONTRATANTE**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**.

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a **CONTRATANTE** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela **CONTRATADA**, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.



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

11.11 **A CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1 **A CONTRATADA**, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

12.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2 Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- ☞ caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- ☞ seguro-garantia;
- ☞ fiança bancária.
- ☞ Título de Capitalização

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em conta bancária indicada pela contratante, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a **CONTRATANTE** como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à **CONTRATADA**.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:



- a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos Arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7 A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.

12.7.1 A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da **CONTRATANTE**.

12.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

12.11 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

12.12 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.13 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à **CONTRATANTE** no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.



12.14.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), publicado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ocorrida no período.

12.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1 Aceita pela **CONTRATANTE**, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

13.1.1 Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

- i) Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- ii) Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- iii) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- iv) Multa:
 - (1) moratória de% (..... por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de (.....) dias;
 - (2) compensatória de% (..... por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;

13.1.2 A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021)

13.2. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

13.2.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021)

13.2.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

13.2.3. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

13.3. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.



13.4. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b) as peculiaridades do caso concreto;
- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- d) os danos que dela provierem para o Contratante;
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

13.5. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

13.6. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021)

13.7. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

13.8. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

13.9. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

13.10. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA sem a quitação das multas aplicadas em definitivo.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 137 e nas formas estabelecidas no art. 138, todos da Lei nº 14.133/2021.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a **CONTRATADA**:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a **CONTRATANTE**, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;



- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à **CONTRATANTE**, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela **CONTRATANTE**.

14.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA**, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e subrogado para a nova empresa, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, a **CONTRATANTE** poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à **CONTRATANTE**, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2 É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na **CONTRATANTE**, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

15.3 A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 61 da Lei nº 14.133/2021.

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



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

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da **CONTRATANTE** na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas foro do Município de Jaguarari.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 02 (duas) vias.

Jaguarari, XX de XXX de 2025

Prefeitura Municipal de Jaguarari
Antonio Ferreira do Nascimento

<representante legal da contratada>



ANEXO VI
MODELO DE DECLARAÇÃO DE EXISTÊNCIA DE CARGOS RESERVADOS PREVISTO EM LEI

_____ (RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE), _____ (CNPJ Nº), sediada no
(a) _____ (ENDEREÇO COMPLETO), declara, sob as penas da lei, que a empresa possui a reserva
de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e que atende às
regras de acessibilidade previstas na legislação, conforme disposto no art. 93 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de
1991.

Cidade, __ de _____ 2025.

(nome, carimbo, e assinatura do responsável legal da empresa)



ANEXO VII
MODELO DECLARAÇÃO DA LICITANTE DE CUMPRIMENTO AO ARTIGO 7º, INCISO XXXIII, DA
CONSTITUIÇÃO FEDERAL (ART. 68, INCISO VI, DA LEI 14.133/2021).

MODALIDADE – CONCORRÊNCIA PÚBLICA

TIPO – TÉCNICA E PREÇO

A signatária _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu responsável legal _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e CPF nº _____, declara par aos devidos fins do disposto no art. 68, inciso VI, da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

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

Sim ()

Não ()

Cidade, __ de _____ 2025.

(nome, carimbo, e assinatura do responsável legal da empresa).



ANEXO VIII

MODELO DE DECLARAÇÃO DA LICITANTE DE QUE A PROPOSTA ECONÔMICA COMPREENDE A INTEGRALIDADE DOS CUSTOS (art. 63, §1º, da Lei nº 14.133/2021).

MODALIDADE – CONCORRÊNCIA PÚBLICA

TIPO – TÉCNICA E PREÇO

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu responsável legal _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e CPF nº _____, declara par aos devidos fins do disposto no art. 63, §1º, da Lei nº 14.133/2021, que sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.

Cidade, ____ de _____ 2025.

(nome, carimbo, e assinatura do responsável legal da empresa).