



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

Contratação de Agência de Publicidade para Prestação de Serviços de Publicidade de Digital para o IRDEB.

AVISOS:

1. As sessões presenciais deste certame ocorrerão por videoconferência, a ser realizada através do Microsoft Teams, que é uma ferramenta de colaboração corporativa pertencente à plataforma Office 365.
2. O acesso aos procedimentos para uso da ferramenta pelos licitantes será feito pelo endereço eletrônico: <https://comprasnet.ba.gov.br/content/sessão-virtual>.
3. Será realizada a transmissão de todos os procedimentos de abertura dos envelopes contendo a documentação relativa à Proposta de Preços dos concorrentes, de verificação da conformidade de cada proposta com os requisitos do edital, e de julgamento e classificação das mesmas, de acordo com os critérios de avaliação constantes do edital.

AS REGRAS PARA PARTICIPAÇÃO NESTA LICITAÇÃO SE ENCONTRAM NO TERMO DE REFERÊNCIA



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

EDITAL DE LICITAÇÃO nº 01/2025
(Processo Administrativo nº 063.3809.2024.0001838-81)

- (X) Contratação delegada
(x) CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

PREÂMBULO

Regência legal:

Esta licitação obedecerá as disposições da Lei nº 14.634, de 28 de novembro de 2023, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, das normas gerais da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, bem como do Decreto nº 22.885, de 20 de junho de 2024, e do Decreto nº 22.888, de 26 de junho de 2024, e respectivas alterações.

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

- 1.1 O INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA - IRDEB, doravante denominada CONTRATANTE, por intermédio da Coordenação Planejamento E Relacionamento Institucional - CRI, neste ato representada pela Comissão Especial de Licitação, designada pela Portaria nº 0 31/2024, de 24 de julho de 2024, torna público, para ciência dos interessados, que efetuará licitação, na modalidade de concorrência do tipo **MAIOR DESCONTO**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências 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 Lei Estadual nº 14.634/23 e Lei Federal nº 14.133/2021.
- 1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência as leis: Lei Federal nº 13.709/18, Lei Federal nº 10.522/2002, os decretos: Decreto Estadual nº 2.685/2024, Decreto Estadual nº 23.113/2024, Decreto Federal nº 12.343/2024, Decreto Estadual nº 22.932/2024, pelas Instruções Normativas SECOM/PR nº1/2023, Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022, e pelos Acórdãos do TCU nº 6.227/2016, Acórdãos nº 1108/2018, Acórdão nº 1793/2011 e Tabela SINAPRO e outras correlatas.

2. OBJETO /CODIFICAÇÃO NO CERTIFICADO DE REGISTRO – SAEB:

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE DIGITAL

CÓDIGO:

Família: **02.82**

02.82.00.00164071-2

- 2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação Serviços de Publicidade Institucional visando o acompanhamento de Mídias Sociais e Comunicação Digital relativas ao estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação on-line.
- 2.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares aos serviços especializados pertinentes:
- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (para o público externo e interno) em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;
- d) à elaboração de marcas, de expressão de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

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

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

2.1.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.1.1.3.1 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 de acordo com a pertinência:

2.1.1.3.1.1 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 IRDEB;

2.1.1.3.1.2 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 online);

2.1.1.3.1.3 Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões onde o conceito, ideia, marca, política pública ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

2.1.1.3.1.4 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;

2.1.1.3.1.5 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;



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

- 2.1.1.3.1.6 Realizar a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- 2.1.1.3.1.7 Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 2.1.1.3.1.8 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;
- 2.1.1.3.1.9 O Plano estratégico e o Plano de mídia devem sempre considerar a identificação e análise dos públicos ou região;
- 2.1.1.3.1.10 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;
- 2.1.1.3.1.11 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;
- 2.1.1.3.1.12 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;
- 2.1.1.3.1.13 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;
- 2.1.1.3.1.14 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.
- 2.1.1.3.1.15 Outros serviços que estejam compreendidos no âmbito de atuação das agências de publicidade.
- 2.1.1.4 Para realização dos serviços compreendidos com esta licitação estão ainda contemplados os seguintes serviços:
- 2.1.1.4.1 Planejar, conceber, criar, mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção, veiculação, implementação de tags e monitoramento do material aprovado.
- 2.1.1.4.2 Incluir peças para internet, dispositivos móveis, mídias digitais sociais, email marketing, ações de inbound marketing, marketing de conteúdo, dentre outros formatos e meios digitais que venham a surgir ainda previstas na tabela da SINAPRO.



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

- 2.1.1.4.3 Planejar e executar pesquisas, monitoramento digital através de Data Management Platform (DMP) e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre os veículos do IRDEB, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.
- 2.1.1.4.4 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 Brand Safety para as campanhas on line.
- 2.1.1.4.5 Desenvolver site, hotsite, landing page, página promocional, aplicativo e outras peças de produções digitais não descritas na tabela SINAPRO.
- 2.1.1.4.6 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.
- 2.1.1.4.7 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.
- 2.1.1.4.8 Comprar, veicular, ativar e fornecer informações através da análise de inteligência de dados, app, mobile e de assistentes de voz.
- 2.2 Os serviços desta contratação são caracterizados como comuns, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.
- 2.3 O prazo de vigência do Contrato é de 12 meses, a contar da data (X) da assinatura do Contrato, prorrogável até atingir o limite de 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.
- 1.3.1 O serviço é enquadrado como continuado pela(s) razão(ões) a seguir indicada(s):
- a) Trata-se de serviço de contratação de agência de publicidade digital, sendo permanentemente necessário a realização contínua das atividades para atendimento às demandas de comunicação e marketing do IRDEB.
- 2.4 O contrato apresenta maior detalhamento das regras que serão aplicadas ao prazo de vigência da contratação.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 3.1 O valor estimado total da contratação é de **R\$1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais)**, conforme custos unitários constantes na tabela anexa a este Termo de Referência.



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

LOTE/ ITEM	Código SIMPAS	Unidade de Fornecimento (UF)	Quantitativo	Cronograma/ prazo	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO GLOBAL
1	02.82.00.00164071-2		1	12 meses	R\$	R\$1.500.000,00
VALOR ESTIMADO TOTAL						R\$1.500.000,00

3.2 ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA - As despesas para o pagamento da presente contratação correrão à conta de recursos da Dotação Orçamentária a seguir especificada:

Unidade FIPLAN – 11201 - Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia - IRDEB

Função – 12 - Educação

Subfunção - 392 - Difusão Cultural

Programa – 422 - Escola Presente: Permanências e Aprendizagem

P/A/OE - 4667 -Realização de Campanha Publicitária de Emissora Pública do Irdeb Região/planejamento-9900- Estado

Natureza da despesa – 3.3.90.39.000 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica Destinação do recurso – 1.500.0.100.000000.00.00.00 ou 1.501.0.213.000000.00.00.00

Tipo de recurso orçamentário - Recursos Ordinários não Vinculados do Tesouro.

Tipo de recurso orçamentário - Recursos Diretamente Arrecadados por Entidades da Administração Indireta.

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

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderá participar desta concorrência as agências de propaganda que atenderem às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

4.2 Não poderá participar desta concorrência as agências de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- 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 CONTRATANTE;
- f) 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 Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN),



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

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 e no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

- 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 Especial de Licitação as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL:

- 5.1 O Edital estará disponível para consulta e impressão no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), portal Comprasnet.BA e no site <http://www.irdeb.ba.gov.br/>. Não obstante as empresas interessadas em participar do certame deverão **enviar** os invólucros no **tamanho A3, na cor Branca**.
- 5.2 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Estado da Bahia 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 Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, junto ao Sistema Eletrônico de Informação – SEI, ou por mensagem no correio eletrônico e-mail: copel@irdeb.ba.gov.br.
- 6.1.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente pelo endereço eletrônico: correio eletrônico e-mail: copel@irdeb.ba.gov.br.
- 6.1.2 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).
- 6.1.3 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

- 7.1 Os pedidos de impugnação serão realizados por petição/mensagem no correio eletrônico e-mail: copel@irdeb.ba.gov.br.
- 7.2 A impugnação deverá ser apresentada em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.
- 7.3 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

- 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 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.
- 7.6 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Licitação:
- I - o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 06 (seis) dias úteis antes da data de abertura do certame;
- 7.6.1 Considera-se licitante, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

- 8.1 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação 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 no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNC P), sítio eletrônico oficial destinado à licitação, 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 Especial 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, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o anexo na Seção I. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.
- 8.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.
- 8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.
- 8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 9.1 Os licitantes interessados em participar do certame deverão encaminhar os envelopes de proposta e habilitação, na forma descrita no instrumento convocatório, via Correios ou outro meio similar de entrega, atentando para as datas e horários finais para recebimento dos mesmos, constantes neste Edital. A correspondência deverá ser endereçada com aviso de recebimento para a Comissão Permanente de Licitação do IRDEB. Deverão **enviar** os invólucros no **tamanho A3, na cor Branca**.
- 9.2 O horário limite para recebimento dos envelopes será até às 17:00h do dia 29 do mês de setembro do ano de 2025 e deverão ser encaminhados ao endereço do IRDEB - Rua Pedro Gama 413 E-Federação, Alto do Sobradinho Salvador/Bahia. CEP: 40.231-000. A/C da Comissão Especial de



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

Licitação.

- 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 Especial de Licitação.
- 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.
- 9.6 Qualquer documento recebido após o prazo estipulado no item anterior não será passível de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.
- 9.7 Data: 30/09/2025 Início: 09h30min Videoconferência

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

- 10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3. Conforme descrito no item 6.1 do Termo de Referência.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos, conforme descrito no item 6.3 do Termo de Referência.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 12.1 As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas pela Subcomissão Técnica prevista no item 2. do ANEXO III, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 13.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4, conforme descrito no item 6.2 do Termo de Referência.
- 13.2 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada, conforme descrito no item 6.4 do Termo de Referência.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 15.1 O julgamento final das Propostas Técnicas será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Maior Desconto.

16. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial 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.
- 16.2 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 9.2 do Termo de Referência.

17. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 17.1 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados, conforme descrito no item 9.2 do Termo de Referência.



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 17 deste Edital.

19. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, 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 tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

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

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 6 (seis) integrantes com vínculo com o CONTRATANTE e 3 (três) sem vínculo com o CONTRATANTE.

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

19.3.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 19.3, a Comissão Especial de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 19.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

20.1 A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado 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 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do CONTRATANTE, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, protocolizada no Setor de Protocolo do IRDEB, situado na Rua Pedro Gama nº 413-E, Alto do Sobradinho, bairro da Federação, Salvador- Ba, de segunda a sexta-feira, no horário de 09h às 12h ou das 14h às 17h.

21.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

21.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do CONTRATANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

21.4 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.

21.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão Especial de Licitação.

21.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação,



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

motivadamente e se houver interesse para o CONTRATANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

22. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

- 22.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial 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 a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse 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 Especial de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 19.4.1.
- 22.1.6 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica 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 Especial 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 Especial de Licitação se:

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

22.2.1.1 Na violação de qualquer uma das alíneas 'a', 'b' e 'c' previstas no subitem 22.2.1, a Comissão Especial de Licitação 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



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, 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 Comissão Especial de Licitação, 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.

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

22.2.2.2 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial 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 Especial de Licitação desclassificará 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 Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 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 Especial de Licitação.

22.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial 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 a comissão divulgará o resultado na forma do item 20, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

22.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 20, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 21 deste Edital.

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 Especial 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 fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, 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 Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

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

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial 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 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

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 Especial 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) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado 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 Especial 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 Especial 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) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

comissão por eles indicada;

- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) 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;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 14.2 e 14.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;
- g) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a **agência de propaganda** licitante que:
 - g1) tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica; e
 - g2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 14, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021;
- h) informar que o resultado do julgamento final das Propostas Técnicas 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 Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, 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
 - c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento; cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial 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 inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) 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 às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 30.10 deste Edital.
- 23.2 Será vencedora desta concorrência a **agência de propaganda** licitante que:
- a) tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;
 - b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 14, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 18 deste Edital.

24. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

24.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinarem os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo II.

24.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

24.1.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o CONTRATANTE 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, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

24.2 Antes da celebração do contrato, o CONTRATANTE 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 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.

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 prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo II).

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

24.5 A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

24.6 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.

24.7 A contratada centralizarão o comando da publicidade do CONTRATANTE em Salvador - Bahia, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto no subitem 1.5.3 da Cláusula Decima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo II).

24.8 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.

25. GARANTIA DE EXECUÇÃO

25.1 As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Nona da Minuta de Contrato (Anexo II).

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 na Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo II) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

27. FISCALIZAÇÃO

1.1. A CONTRATANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes 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 as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Quarta da Minuta de Contrato (Anexo II).



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

28.1 A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 14 deste Edital.

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

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 às licitantes convocadas na forma do subitem 24.1.1.1 deste Edital.

29.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo II).

30. DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1 É facultada à Comissão Especial 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 Especial 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 CONTRATANTE para a execução do contrato.

30.3 A Comissão Especial de Licitação 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 dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o CONTRATANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

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

30.5 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o CONTRATANTE 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 estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

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 CONTRATANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

30.8 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

30.9 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja,



ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

30.10 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.

30.10.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

30.10.2 O CONTRATANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas 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 Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

30.12 Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado da Bahia, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º 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 Foro da Comarca de Salvador, Estado da Bahia, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

31. Controle prévio de legalidade

(x) Declaro que o controle prévio do processo licitatório foi realizado pelo órgão de assessoramento jurídico, conforme o Parecer nº PGE – PCT – IRDEB – ACA – 019/2025 de 03/07/2025

31.1 Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes componentes e anexos:

- I. Estudo Técnico Preliminar.
- II. Termo de Referência e anexos:
 - a) Anexo I: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
 - b) Anexo II: Minuta do Contrato;
 - c) Anexo III: Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica;
 - d) Anexo IV: Briefing;
 - e) Anexo V: Planilha de Simulação de Mídia e Não Mídia.

III. Tabela SINAPRO/BA

14. Responsável pela consolidação das informações na minuta de edital e meio de contato:

Servidor responsável e portaria de designação: DILSON LUIS DE MATOS GOMES
PORTARIA Nº 031 DE 24 JULHO DE 2024
Endereço: Endereço: Rua Pedro Gama nº 413-E, Alto do Sobradinho, bairro da Federação, Salvador- Ba
Horário: 09:00 às 17:00 h Tel 71-3116-7356 / 7517 E-mail: copel@irdeb.ba.gov.br

Dilson Luis de Matos Gomes - Matrícula: 92071015
Presidente da Comissão Especial de Licitação



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR
ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR SIMPLIFICADO - ETPS
CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS /MATERIAL

1. Informações básicas do documento

SEI:063.3809.2024.0001838-81

Unidade Demandante: CRI

2. Necessidade

2.1. Descrição da necessidade

Contratação de prestação de serviços de Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital, por intermédio de 01 (uma) agência de comunicação digital, abrangendo atividades realizadas integradamente e que tenham por objetivo: o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade online aos veículos e demais meios de divulgação, 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.

2.2. Área Requisitante

CRI - Coordenação de Marketing & Captação

2.3. Descrição dos requisitos da contratação

2.3.1. Serviços de Publicidade Institucional visando o acompanhamento de Mídias Sociais e Comunicação Digital relativas ao estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação on-line.

2.3.2 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares aos serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (para o público externo e interno) em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- d) à elaboração de marcas, de expressão de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

2.3.2.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.3.2 terão a finalidade de:

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

2.3.2.2 Os serviços previstos no subitem 2.3.3 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.3.2.4 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 de acordo com a pertinência:

2.3.2.4.1 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 IRDEB;

2.3.2.4.2 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 online);

2.3.2.4.3 Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões onde o conceito, ideia, marca, política pública ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

2.3.2.4.4 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;

2.3.2.4.5 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;

2.3.2.4.6 Realizar a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

2.3.2.4.7 Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

2.3.2.4.8 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;

2.3.2.4.9 O Plano estratégico e o Plano de mídia devem sempre considerar a identificação e análise dos públicos ou região;

2.3.2.4.10 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;

2.3.2.4.11 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;

2.3.2.4.12 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;

2.3.2.4.13 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;

2.3.2.4.14 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.

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

2.3.3 Para realização dos serviços compreendidos com esta licitação estão ainda contemplados os seguintes serviços:

2.3.3.1 Planejar, conceber, criar, mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção, veiculação, implementação de tags e monitoramento do material aprovado.

2.3.3.2 Incluir peças para internet, dispositivos móveis, mídias digitais sociais, email marketing, ações de inbound marketing, marketing de conteúdo, dentre outros formatos e meios digitais que venham a surgir ainda previstas na tabela da SINAPRO.

2.3.3.3 Planejar e executar pesquisas, monitoramento digital através de Data Management Platform (DMP) e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre os veículos do IRDEB, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.

2.3.3.4 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 Brand Safety para as campanhas on line.

2.3.3.5 Desenvolver site, hotsite, landing page, página promocional, aplicativo e outras peças de produções digitais não descritas na tabela SINAPRO.

2.3.3.5 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.

2.3.3.6 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.

2.3.3.6 Comprar, veicular, ativar e fornecer informações através da análise de inteligência de dados, app, mobile e de assistentes de voz.

3. Solução

A TVE e Rádio Educadora FM são as emissoras que garantem aos baianos acessos gratuito diariamente à arte, à cultura e ao esporte. Também fazem as maiores coberturas das festas populares da Bahia, momentos em que a arte e a cultura chamam a atenção de todo o mundo. A expansão do sinal digital da TVE para o interior do estado realizada entre 2019 e 2023, e a ampliação da cobertura da Rádio Educadora FM, em conjunto com a ampliação da produção e veiculação de conteúdo dos diversos Territórios ampliou a presença destes veículos públicos, colocando a TVE como a maior cobertura em sinal digital do estado. Desta forma, a chegada do sinal das emissoras em determinados municípios da Bahia permitiu o acesso dos cidadãos que moram no interior a conteúdos produzidos, inclusive em suas próprias cidades. A Coordenação de Marketing e Captação vem, por meio do presente documento, justificar o processo de contratação dos serviços de Publicidade Digital a fim de impulsionar as ações estratégicas de comunicação nas mídias digitais, uma vez que se amplia a necessidade da presença online e divulgação de suas marcas e veículos, contribuindo para a visibilidade e fortalecimento da imagem institucional do IRDEB entre seus públicos, com uma comunicação antenada, criativa e assertiva.

3.1. Levantamento de Mercado

O levantamento de mercado tem como base a tabela de preços sugerida pela SINAPRO (00098281313), utilizada como regra para licitações públicas desta natureza.

3.2. Descrição da solução como um todo

Trata-se da contratação de uma agência de publicidade digital para a prestação dos serviços de criação e planejamento das ações estratégicas de marketing necessárias para a divulgação e visibilidade dos veículos e marcas do IRDEB.

3.3. Estimativa das quantidades a serem contratadas

Não se aplica, pois as quantidades serão definidas após a criação da estratégia de comunicação.

3.4. Estimativa do valor da contratação

O valor estimado para a contratação da agência de publicidade prestadora de serviços é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

3.5. Justificativa para o parcelamento ou não da solução

As atividades serão realizadas mediante às demandas do setor.

3.6. Contratações correlatas ou interdependentes

Há a contratação dos serviços offline de publicidade institucional realizado em 27/06/2024 por meio do processo 063.3809.2023.0000932-88

3.7. Demonstração de previsão da contratação no planejamento da Administração

(x) Promover a comunicação pública como ferramenta para a educação, informação e entretenimento.

(x) Promover a veiculação de conteúdos de diversas temáticas relacionadas às políticas públicas.

() Dinamizar a programação de TV com conteúdo locais em multiplataformas.

() Disponibilizar conteúdos na Rádio Educadora FM e suas multiplataformas.

() Implementar infraestrutura física e tecnológica para produção e distribuição audiovisual.

(x) Promover os conteúdos, veículos e o Teatro do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia.

() Universalizar o sinal digital da TV Educativa da Bahia e TV Educa Bahia, verificar a cobertura do sinal digital da TVE em relação a população baiana.

4. Planejamento

4.1. Resultados Pretendidos

Por meio desta contratação, pretendemos elevar o nível de conhecimento e lembrança dos veículos do IRDEB e seus respectivos conteúdos, de maneira a expandir a base de telespectadores e ouvintes por todo o estado.

4.2. Providências a serem adotadas

Não há providências a serem adotadas por conta desta contratação que refere-se a capacitação ou ajuste dos fluxos e equipes do IRDEB

4.3. Possíveis Impactos Ambientais

Não se aplica.

5. Declaração de Viabilidade/Inviabilidade

Atesto para os devidos fins que a referida contratação pretendida é tecnicamente viável para que sejam desenvolvidas estratégias de divulgação e promoção dos conteúdos, utilizando as mídias tradicionais e digitais, de forma integrada e criativa. .

6. Análise sobre a necessidade de classificação do ETP

Não se aplica.

7. Identificação

Nome: GUSTAVO DE SOUZA PINHO

CPF: 275.619.478/60

Cargo/Função: Coordenador de Captação e Marketing

8. Anexos



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Pinho, Coordenador I**, em 24/09/2024, às 13:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 13º, Incisos I e II, do [Decreto nº 15.805, de 30 de dezembro de 2014](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://seibahia.ba.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **00098265732** e o código CRC **6EF74E91**.



GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA-IRDEB

TERMO DE REFERÊNCIA
SERVIÇOS COM DEDICAÇÃO EXCLUSIVA DE MÃO DE OBRA
CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE DIGITAL

(X) CONCORRÊNCIA POR MAIOR DESCONTO () CONTRATAÇÃO DIRETA

Processo Administrativo nº (063.3809.2024.0001838-81)

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1 A prestação de serviços de agência de publicidade digital, nos termos da tabela abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste Termo de Referência.

Participação [ampla/exclusiva]	Item	Código SIMPAS	Descrição	Unidade de Fornecimento (UF)	Quantitativo	Cronograma/Prazo
	01	02.82.00.00164071-2	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL (utilidade pública, mercadológica e monitoramento de redes sociais)		01	12 meses

1.1.1. Especificações adicionais:

1.1.1.1 Serviços de Publicidade Institucional visando o acompanhamento de Mídias Sociais e Comunicação Digital relativas ao estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação on-line.

1.1.1.2 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares aos serviços especializados pertinentes:

- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
- à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (para o público externo e interno) em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- à elaboração de marcas, de expressão de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

1.1.1.2.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1.2 terão a finalidade de:

- Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.1.2.2 Os serviços previstos no subitem 1.1.1.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.1.1.2.4 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 de acordo com a pertinência:

1.1.1.2.4.1 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 IRDEB;

1.1.1.2.4.2 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 online);

1.1.1.2.4.3 Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões onde o conceito, ideia, marca, política pública ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

1.1.1.2.4.4 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;

1.1.1.2.4.5 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;

1.1.1.2.4.6 Realizar a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.1.1.2.4.7 Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

1.1.1.2.4.8 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;

1.1.1.2.4.9 O Plano estratégico e o Plano de mídia devem sempre considerar a identificação e análise dos públicos ou região;

1.1.1.2.4.10 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;

1.1.1.2.4.11 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;

1.1.1.2.4.12 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;

1.1.1.2.4.13 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;

1.1.1.2.4.14 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.

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

1.1.1.3 Para realização dos serviços compreendidos com esta licitação estão ainda contemplados os seguintes serviços:

1.1.1.3.1 Planejar, conceber, criar, mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção, veiculação, implementação de tags e monitoramento do material aprovado.

1.1.1.3.2 Incluir peças para internet, dispositivos móveis, mídias digitais sociais, email marketing, ações de inbound marketing, marketing de conteúdo, dentre outros formatos e meios digitais que venham a surgir ainda previstas na tabela da SINAPRO.

1.1.1.3.3 Planejar e executar pesquisas, monitoramento digital através de Data Management Platform (DMP) e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre os veículos do IRDEB, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.

1.1.1.3.4 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 Brand Safety para as campanhas on line.

1.1.1.3.5 Desenvolver site, hotsite, landing page, página promocional, aplicativo e outras peças de produções digitais não descritas na tabela SINAPRO.

1.1.1.3.6 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.

1.1.1.3.7 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.

1.1.1.3.8 Comprar, veicular, ativar e fornecer informações através da análise de inteligência de dados, app, mobile e de assistentes de voz.

1.2 Os serviços desta contratação são caracterizados como comuns, conforme justificativa constante do Estudo Técnico

Preliminar.

1.3 O prazo de vigência do Contrato é de 12 meses, a contar da data (X) da assinatura do Contrato, prorrogável até atingir o limite de 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

1.3.1 O serviço é enquadrado como continuado pela(s) razão(ões) a seguir indicada(s):

a) Trata-se de serviço de contratação de agência de publicidade digital, sendo permanentemente necessário a realização contínua das atividades para atendimento às demandas de comunicação e marketing do IRDEB.

1.4 O contrato apresenta maior detalhamento das regras que serão aplicadas ao prazo de vigência da contratação.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1 O Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia tem o compromisso de oferecer conteúdo de qualidade, promovendo a disseminação de conhecimento e cultura por meio de transmissões educativas, esportivas e eventos culturais, para todo o estado da Bahia. Durante o ano, a TVE e a Rádio Educadora FM fazem a maior e mais diversa cobertura de grandes eventos no estado e que trouxeram o protagonismo das emissoras no cenário baiano. Essas emissoras também se destacam por suas amplas coberturas das festas populares da Bahia, como o Carnaval, São João, Festival de Música Educadora, atraindo a atenção do público global.

Recentemente, o espaço do antigo Teatro IRDEB foi reinaugurado e readequado para o funcionamento de um Cine Teatro. O Cineteatro 2 de Julho conta com uma estrutura moderna e tecnologia de ponta, um espaço que servirá como palco para uma variedade de eventos no cenário cultural da Bahia, que incluem shows, peças de teatro, exibição de filmes, exposições, instalações artísticas e outras atividades para a disseminação da cultura e o enriquecimento da comunicação pública na região.

Com essa nova realidade, surge a necessidade de contratar uma agência de publicidade digital para potencializar as ações estratégicas de marketing necessárias para a ampla divulgação dos nossos veículos e marcas do IRDEB.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO E ESPECIFICAÇÃO DO SERVIÇO

3.1 Trata-se da contratação de uma agência de publicidade digital para criação das ações estratégicas de marketing necessárias para a divulgação e visibilidade dos nossos veículos e marcas do IRDEB.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1 Sustentabilidade

4.1.1. Devem ser atendidos os seguintes os critérios de sustentabilidade:

a) Adoção de práticas sustentáveis durante o processo de criação das estratégias de divulgação e promoção dos conteúdos, com uso das mídias digitais, de forma integrada e criativa, incluindo a gestão de resíduos, redução do consumo de energia e uso de materiais recicláveis, sempre que possível;

b) Estabelecer requisitos para o uso eficiente de energia durante as atividades, incentivando o uso de iluminação LED de baixo consumo, equipamentos energeticamente eficientes e fontes de energia renovável sempre que possível.

4.2 Indicação de marcas ou modelos

4.2.1 A Administração não indicará marca (s), característica (s) ou modelo (s).

4.3 Amostras, exame de conformidade e outros testes

4.3.1 Não será exigida a apresentação de amostra, exame de conformidade ou outros testes.

4.4 Exigência de carta de solidariedade

4.4.1 Não será exigida carta de solidariedade.

4.5 Subcontratação

4.5.1 Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

4.6 Garantia da contratação

4.6.1 Será exigida a garantia da execução dos serviços com adequação individualizada a partir do perfil da agência de publicidade conforme contratação prevista nos arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, no percentual de 5 % (cinco por cento) do valor anual contratual, podendo recair sobre qualquer das modalidades indicadas no §1º do referido art. 96, observando-se, ainda, o disposto nesse subitem 4.6

4.6.1.2 Para garantia na modalidade títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia (art. 96, §1º, inciso I, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

4.6.1.3 Para garantia na modalidade fiança bancária, esta deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do art. 827 do Código Civil.

4.6.1.4 A garantia na modalidade seguro garantia deverá ser prestada em até 10 (dez) dias, contados da data da homologação da licitação e anteriormente à assinatura do contrato (art. 96, §3º da Lei nº 14.133, de 2021).

4.6.1.5 No caso de seguro-garantia sua apresentação deverá ocorrer, no máximo, até a data de assinatura do contrato (art. 96, §3º da Lei nº 14.133, de 2021).

4.6.1.5.1 A modalidade seguro garantia somente será aceita se, observada a legislação que rege a matéria, contemplar o pagamento de:

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do Contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas; e
- b) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada.

4.6.1.5.2 Na modalidade de seguro garantia, a apólice vigorará por 90 (noventa) dias após o término da vigência do contrato e continuará em vigor mesmo que a contratada não pague o prêmio nas datas convencionadas (art. 97, incisos I e II, da Lei nº 14.133, de 2021).

4.6.1.5.3 A apólice do seguro garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

4.6.1.5.4 Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvado o disposto no subitem acima (art. 97, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021).

4.6.1.5.5 Caso se trate da modalidade seguro garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro, nos termos da regulamentação da Superintendência de Seguros Privados – SUSEP.

4.6.1.5.6 No caso das modalidades seguro garantia ou fiança bancária, não será admitida a existência de cláusulas que restrinjam ou atenuem a responsabilidade do segurador ou fiador.

4.6.1.5.7 Caso utilizada outra modalidade de garantia diversa do seguro garantia, a sua liberação ou restituição somente ocorrerá após a fiel execução do contrato ou a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.

4.6.1.5.8 Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento do Contratante, a contratada ficará desobrigada de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pelo Contratante.

4.6.1.5.9 A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- b) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada.

4.6.1.6 No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados para a contratação.

4.6.1.6.1 Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente para o pagamento de qualquer obrigação, a contratada obriga-se a fazer a respectiva reposição no mesmo prazo estabelecido para comprovação da garantia originária.

4.6.1.6.2 O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

4.6.1.6.3 O emitente da garantia ofertada pela contratada deverá ser intimado pelo Contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais (art. 137, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021).

4.6.1.6.4 A devolução da garantia ocorrerá após o recebimento definitivo da totalidade do objeto do contrato, com a demonstração de cumprimento, pela contratada, das obrigações pactuadas.

4.6.1.6.5 O garantidor não é parte em processo administrativo instaurado pelo Contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à contratada.

4.6.1.6.6 A contratada autoriza o Contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista neste Termo de Referência.

4.6.1.6.7 Além da garantia de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, a contratação possui previsão da garantia de que trata o art. 26 do CDC, conforme condições estabelecidas neste Termo de Referência.

4.6.1.6.8 A garantia de contratação é independente de eventual garantia do serviço prevista especificamente neste Termo de Referência, nos termos do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1 Forma de fornecimento

5.1.1 O prazo de fornecimento dos bens é de 05 dias, a contar (X) da assinatura do Contrato () da subscrição da Autorização de Fornecimento de Material – AFM, em entrega única.

5.1.2 Os bens deverão ser entregues no seguinte endereço: Rua Pedro Gama nº 413 A, Federação, Salvador- Bahia.

5.2 Garantia, manutenção e assistência técnica

5.2.1 O prazo legal de garantia técnica será de 30 (trinta) dias, tratando-se de fornecimento de produtos não duráveis, e de 90 (noventa) dias, tratando-se de fornecimento de produtos duráveis (art. 26, inciso I e II do CDC).

6. FORMATO, ENTREGA, ELABORAÇÃO, PARÂMETROS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS

6.1 ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO

6.1.1 As Propostas Técnica e de Preço deverão ser entregues à Comissão de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4.

INVÓLUCRO Nº1

6.1.2 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 6.3.2 e 6.3.3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

6.1.2.1 O Invólucro nº 1 deverá estar sem rubrica.

6.1.2.2 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

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

INVÓLUCRO Nº2

6.1.3 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 6.3.2

6.1.3.1 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 001/2025

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

INVÓLUCRO Nº3

6.1.4 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 6.3.4, 6.3.5 e 6.3.6.

6.1.4.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE Concorrência nº 001/2025

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

6.2 ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

6.2.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada no Invólucro nº4.

INVÓLUCRO Nº4

6.2.1.1 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 001/2025

6.2.1.2 O Invólucro nº 4 deverá conter a Proposta de Preço, conforme modelo do ANEXO I do Termo de Referência, original e rubricada pela Comissão de Licitação, preenchida em todos os seus campos e a declaração da LICITANTE conforme alínea "b" do subitem 6.4.1. O campo "nome do representante" poderá ser preenchido com a assinatura do "representante da agência", do "representante legal" (sócio ou proprietário da agência) ou ainda de uma terceira pessoa, desde que esteja elencada no contrato social desta agência e, em virtude disso, possua poderes para representá-la.

6.2.1.3 O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.3 APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

<u>QUESITOS</u>	<u>SUBQUESITOS</u>
<u>Plano de Comunicação Publicitária</u>	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relato de Soluções e Problemas de Comunicação	

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

6.3.2 Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) em papel A4, branco, fosco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato, com impressão em apenas um lado;
- b) com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- c) sem recuos nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com textos justificados;

- e) com espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- f) com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- g) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página, em algarismos arábicos;
- h) em folhas soltas, sem perfurações, sem grampos e não encadernadas.
- i) sem identificação da licitante.

6.3.2.1 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser impressos em papel A4 e em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas com orientação paisagem.
- d) as áreas ocupadas das páginas serão consideradas do limite previsto nos subitens 6.3.2.5.

6.3.2.2 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa poderão:

- a) ser impresso em cores;
- b) ter qualquer tipo de formatação de margem;
- c) ser impresso em papel A3, gramatura até 240g/m², em papel fotográfico ou couchê fosco, orientação paisagem;
- d) serem apresentados em pendrive sem identificação, conforme Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica do Anexo III.

6.3.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser impresso em cores;
- b) terem fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, desde que legíveis;
- c) terem qualquer tipo de formatação de margem;
- d) serem apresentados em papel A3, orientação paisagem;

6.3.2.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria.

6.3.2.5 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária estão limitados, no conjunto, a 12 (doze) páginas para Comunicação Publicitária, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas, eventualmente, apenas para separar os textos desses subquestos.

6.3.2.6 Os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa, não tem limite de páginas.

6.3.2.7 Os textos e tabelas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

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

6.3.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

6.3.2.9.1 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 6.3.2, no que couber.

6.3.2.9.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base nos Critérios de Elaboração da Proposta Técnica do Anexo III.

6.3.3 Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

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

6.3.4 Capacidade de Atendimento

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em papel A4, gramatura 75 a 90 g/m2, com ou sem o uso de cores, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3.4.1 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 7.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.3.4.2 A Capacidade de Atendimento deverá ser elaborada com base nos Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica do Anexo III.

6.3.5 Repertório

A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em papel A4, 75 a 90 g/m2, com ou sem o uso de cores, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 7.6 poderá ser impressa em papel A3 dobrado em formato A4.

6.3.5.2 Os vídeos deverão ser fornecidos em *Pendrive*; os spots e/ou jingles, em *Pendrive*, as peças de internet em *Pendrive*.

6.3.5.3 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados nos subitens precedentes não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.3.5.4 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

6.3.5.5 O Repertório deverá ser elaborado com base nos Critérios de Elaboração da Proposta Técnica do Anexo III.

6.3.6 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em papel A4, 75 a 90g/m2, com ou sem o uso de cores, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3.6.1 Os exemplos de peças gráficas dos relatos poderão ser impressos em papel A3 dobrado em formato A4.

6.3.6.2 Os vídeos deverão ser fornecidos em *Pendrive*; os spots e/ou jingles, em *Pendrive*, as peças de internet em *Pendrive*.

6.3.6.3 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados nos subitens precedentes não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

6.3.6.4 Os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser elaborados com base nos Critérios de Elaboração da Proposta Técnica do Anexo III.

6.4 APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DE PREÇOS

6.4.1 A proposta de preços deverá ser composta de dois documentos distintos:

a) Proposta de Preço original e rubricada pela Comissão de Licitação, preenchida em todos os seus campos sem emendas ou rasuras. O campo "nome do representante" poderá ser preenchido com a assinatura do "representante da agência", do "representante legal" (sócio ou proprietário da agência) ou ainda de uma terceira pessoa, desde que esteja elencada no contrato social desta agência e, em virtude disso, possua poderes para representá-la. O modelo da planilha encontra-se no Anexo I, do Termo de Referência.

b) Declaração na qual a LICITANTE:

b1) Concorde que os percentuais máximos a serem pagos pela CONTRATANTE aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, será de no máximo 5% (cinco por cento);

b2) Concorde que os percentuais máximos a serem pagos pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado, será de no máximo 5% (cinco por cento).

b3) Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

b4) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato constantes do Anexo II deste Termo de Referência.

6.4.2 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da LICITANTE e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

6.4.3 A proposta de preços terá validade por todo período da Licitação até a contratação das Licitantes vencedoras do certame.

6.5 VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

6.5.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

6.5.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo I do Termo de Referência, não será aceito:

a) desconto inferior a 40% (quarenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços 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;

d) percentual de honorários superior a 8% (oito por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

6.5.3.1 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.

6.5.3.2 Em relação a Monitoramento de Redes Sociais os percentuais são os descritos abaixo:

a) 40% de desconto a ser concedido a IRDEB sobre os custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia - SINAPRO, a exceção dos itens que tratam de Web/Internet/Digital

b) 40% de desconto a ser concedido a IRDEB, sobre os demais custos internos de peças Web/Internet/Digital, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia – Sinapro

c) Percentual de honorários de 8% (oito por cento), referente à produção de peças Web/Internet/Digital cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros/fornecedores, sob supervisão da licitante.

6.5.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

6.5.4.1 A Comissão de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 6.5.3	$P1 = 0,60 \times \text{Desconto}$

Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 6.5.3	$P2 = 1,0 \times (3,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 6.5.3	$P3 = 1,0 \times (3,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 6.5.3	$P4 = 2,0 \times (8,0 - \text{Honorários})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'

6.5.4.1 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 6.5.4.1, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

6.5.4.2 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

6.5.4.3 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.
- c) menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

7. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

7.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei Federal nº 14.133, de 2021, e da Lei estadual nº 14.634, de 2023, respondendo cada parte pelas consequências de sua inexecução total ou parcial (art. 115, *caput*, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.2 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 (art. 115, §5º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

7.2.1 O impedimento a que se refere o subitem anterior, total ou parcial, da execução do contrato por fato ou ato de terceiro, deve ser reconhecido pela Administração em documento contemporâneo à sua ocorrência.

7.3 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, para esse fim, o uso de mensagem eletrônica por meio do Sistema Eletrônico de Informações – SEI.

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

7.5 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal (is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos ([art. 117, caput, da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#)).

7.6 O fiscal do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à sua execução, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados (art. 117, §1º da Lei Federal nº 14.133, de 2021);

7.7 O fiscal do contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência (art. 117, §2º da Lei Federal nº 14.133, de 2021);

7.8 Sem prejuízo das obrigações de que tratam os demais subitens deste item 6, o fiscal do contrato deverá verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital e identificar possível razão que, nos termos dos §§4º e 5º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, e art. 48 da Lei nº 14.634, de 2023, impeça a contratada de licitar e contratar.

7.8.1 Constatando-se a situação de irregularidade da contratada, será providenciada sua intimação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua justificativa.

7.8.2 O prazo de que trata o subitem anterior poderá ser prorrogado uma vez, por até 05 (cinco) dias úteis, a critério do Contratante.

7.8.3 Não havendo regularização ou não aceita a justificativa apresentada, a Administração deverá adotar as medidas necessárias à apuração dos fatos nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada à contratada a ampla defesa.

7.9 Além do disposto acima, a fiscalização contratual obedecerá às seguintes rotinas:

- a) anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à sua execução, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados;
- b) emitir notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção, quando identificar qualquer inexatidão ou irregularidade;
- c) emitir notificações para a correção de rotinas ou de qualquer inexatidão ou irregularidade constatada, com a definição de prazo para a correção;
- d) informar ao gestor do contato, 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;
- e) comunicar imediatamente ao gestor do contrato quaisquer ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas estabelecidas;
- f) fiscalizar a execução do contrato para que sejam cumpridas as condições estabelecidas, de modo a assegurar os melhores resultados para a administração, com a conferência das notas fiscais e das documentações exigidas para o pagamento e, após o ateste, que certifica o recebimento provisório, encaminhar ao gestor de contrato para ratificação; g) comunicar ao gestor do contrato, em tempo hábil, data(s) do término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou prorrogação contratual;
- h) acompanhar o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos,

solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário;

i) atuar tempestivamente na solução do problema, caso ocorram descumprimento das obrigações contratuais, reportando o fato ao gestor do contrato para que adote as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

7.10 Compete ao gestor do contrato ou ao seu substituto:

a) acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, e informar à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência;

b) coordenar a rotina de acompanhamento e de fiscalização do contrato, cujo histórico de gerenciamento deverá conter todos os registros formais da execução, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, e elaborar relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;

7.11 Comissão de Licitação e Subcomissão Técnica

7.11.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

7.11.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

8. CRITÉRIOS DE RECEBIMENTO E DE PAGAMENTO

8.1 Recebimento do Objeto

8.1.1 Os bens serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da entrega, juntamente com a(s) nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s), pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta.

8.1.2 Os bens 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 02 (dois) dias, a contar da intimação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades (art. 140, §1º da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

8.1.3 O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de 02 (dois) dias úteis, a contar do recebimento a(s) nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) pela Administração, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação mediante termo detalhado (art. 92, inciso VII da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

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

8.1.4 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 Federal nº 14.133, de 2021, comunicando-se à contratada para emissão de nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) relativamente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

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

8.2 Liquidação

8.2.1 Recebida(s) nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s), a Administração, no prazo de 08 (oito) dias úteis, prorrogáveis por até 08 (oito) dias úteis, adotará, na forma desse subitem, as providências para fins de liquidação da despesa.

8.2.2 Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a(s) nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) apresentado(s) pela contratada expressa(m) os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

a) o prazo de validade; b) a data da emissão; c) os dados do Contrato e do Contratante; d) o período respectivo de execução do Contrato; e) o valor a pagar; e f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

8.2.3 Havendo erro na apresentação da(s) nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s), ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que a contratada providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus para o Contratante;

8.2.4 A(s) nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) deverá(ão) ser obrigatoriamente acompanhado(s) da comprovação da regularidade fiscal da contratada mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação de habilitação fiscal, social e trabalhista, na forma exigida neste Termo de Referência;

8.3 Prazo para pagamento

8.3.1 O pagamento será efetuado no prazo de 08 (oito) dias úteis contados da finalização da liquidação da despesa, conforme subitem anterior.

8.3.2 No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos à contratada serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, de acordo com a variação do Índice Nacional de Preços - INPC do IBGE, *pro rata tempore*.

8.4 Forma de pagamento

8.4.1 O pagamento será realizado por meio de ordem bancária ou crédito em conta da contratada aberta em instituição financeira contratada pelo Estado da Bahia.

8.4.1.1 Optando a contratada por receber os créditos em instituição financeira diversa da indicada neste subitem anterior, deverá arcar com os custos de transferências bancárias, os quais serão deduzidos dos pagamentos devidos.

8.4.2 A(s) nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) deverá(ao) atender as exigências legais pertinentes aos tributos e encargos relacionados com a obrigação, sujeitando-se às retenções tributárias previstas em lei, e, as situações específicas, à adoção da forma eletrônica.

8.4.3 Independentemente do percentual de tributo inserido na proposta de preço, serão retidos na fonte, por ocasião da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente, quando houver.

8.4.4 A contratada regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da [Lei Complementar nº 123, de 2006](#), não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime, estando o pagamento condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO PRESTADOR DE SERVIÇO

9.1 Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

9.1.1 O fornecedor será selecionado por meio de processo de processo de CONTRATAÇÃO DIRETA.

9.2 Exigências de habilitação

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

9.2.1.1 Habilitação jurídica

9.2.1.1.1 Para **PESSOAS JURÍDICAS**:

a) registro público, no caso de empresário individual.

b) em se tratando de sociedades empresárias, do ato constitutivo, estatuto ou contrato social, com suas eventuais alterações supervenientes em vigor, devidamente registrados, acompanhados, quando for o caso, dos documentos societários comprobatórios de eleição ou designação e investidura dos atuais administradores.

c) no caso de sociedades simples, do ato constitutivo, estatuto ou contrato social, com suas eventuais alterações supervenientes em vigor, devidamente registrados, acompanhados dos atos comprobatórios de eleição e investidura dos atuais administradores.

d) decreto de autorização, no caso 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.

9.2.1.1.2 Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

9.2.1.2 Habilitação fiscal, social e trabalhista

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual e Municipal relativo ao domicílio ou sede do prestador de serviço, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) prova de regularidade com a Fazenda Estadual e Municipal do domicílio ou sede do prestador de serviço, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

d) prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social.

e) prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

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

9.2.1.2.1 As microempresas e empresas de pequeno porte, beneficiárias do tratamento diferenciado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123/06, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

9.2.1.2.2 Caso o fornecedor seja considerado isento de tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

9.2.1.2.3 O prestador de serviço enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na [Lei Complementar nº 123, de 2006](#), estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

9.2.1.3 Habilitação Econômico-Financeira

a) certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, com data de expedição ou revalidação dos últimos 90 (noventa) dias anteriores à data da realização da licitação, caso o documento não consigne prazo de validade;

b) índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), comprovados mediante a apresentação pelo licitante de balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais e obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

Liquidez Geral (LG) = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante)

Solvência Geral (SG) = (Ativo Total) / (Passivo Circulante + Passivo não Circulante)

Liquidez Corrente (LC) = (Ativo Circulante) / (Passivo Circulante)

b.1) Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo, correspondente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação;

b.1.1) Na hipótese de licitação por lotes, o patrimônio líquido exigível será calculado em função da soma de tantos quantos forem os lotes em que a interessada tenha apresentado as melhores ofertas.

b.2) O balanço patrimonial, a demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício, caso a pessoa jurídica tenha sido constituída há menos de 2 (dois) anos (art. 69, §6º da

Lei nº 14.133, de 2021).

b.3) O balanço patrimonial e demonstrações contábeis podem ser atualizados por índices oficiais, quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data da apresentação da proposta, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

b.4) O licitante apresentará, conforme o caso, publicação no Diário Oficial ou Jornal de Grande Circulação do Balanço ou cópia reprográfica das páginas do Livro Diário numeradas sequencialmente onde foram transcritos o Balanço e a Demonstração de Resultado, com os respectivos Termos de Abertura e Encerramento registrados na Junta Comercial ou no caso de empresas sujeitas à tributação com base no lucro real, o Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado emitido através do Sistema Público de Escrituração Digital –SPED, contendo Recibo de Entrega do Livro, os Termos de Abertura, Encerramento e Autenticação, podendo este último ser substituído pela Etiqueta da Junta Comercial ou Órgão de Registro.

b.5) O atendimento dos índices econômicos previstos neste subitem será atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor (art. 69, §1º da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

9.2.1.3.1 Na licitação por lotes, quando for atingido o limite da capacidade econômico-financeira do licitante, esta será declarada inabilitada para o(s) lote(s) subsequentes, observada a ordem sequencial dos lotes constante do instrumento convocatório, sendo vedada a escolha, pelo licitante, dos lotes para os quais deseja a habilitação.

9.2.1.3.2 Na hipótese de participação de pessoas jurídicas em consórcio, se o consórcio não for formado integralmente por microempresas ou empresas de pequeno porte, para fins de habilitação econômico-financeira, haverá um acréscimo no percentual de 15% (quinze por cento) para o consórcio em relação ao valor exigido para os licitantes individuais;

9.2.1.4 Qualificação Técnica

a) registro ou inscrição válida da empresa na entidade profissional competente

b) apresentação de profissional, devidamente registrado no conselho profissional competente, quando for o caso, detentor de atestado de responsabilidade técnica por execução de serviço de características semelhantes, para fins de contratação (art. 67, inc. I da Lei Federal nº 14.133, de 2021);

c) certidões ou atestados, regularmente emitidos pelo conselho profissional competente, quando for o caso, que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior (art. 67, inc. II, parte inicial, da Lei Federal nº 14.133, de 2021);

e) indicação do pessoal técnico, das instalações e do aparelhamento adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada membro da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;

f) declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

9.2.1.4.1 Na licitação por lotes, quando for atingido o limite da capacidade técnica do licitante, esta será declarada inabilitada para o(s) lote(s) subsequentes, observada a ordem sequencial dos lotes constante do instrumento convocatório, sendo vedada a escolha, pelo licitante, dos lotes para os quais deseja a habilitação.

9.2.1.4.2 Em caso de apresentação por licitante de atestado de desempenho anterior emitido em favor de consórcio do qual tenha feito parte, se o atestado ou o contrato de constituição do consórcio não identificar a atividade desempenhada por cada consorciado individualmente, serão adotados os seguintes critérios na avaliação de sua qualificação técnica:

a) caso o atestado tenha sido emitido em favor de consórcio homogêneo, as experiências atestadas deverão ser reconhecidas para cada empresa consorciada na proporção quantitativa de sua participação no consórcio, salvo nas licitações para contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, em que todas as experiências atestadas deverão ser reconhecidas para cada uma das empresas consorciadas;

b) caso o atestado tenha sido emitido em favor de consórcio heterogêneo, as experiências atestadas deverão ser reconhecidas para cada consorciado de acordo com os respectivos campos de atuação, inclusive nas licitações para contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual.

9.2.1.4.2.1 Na hipótese do subitem 8.2.1.4.2, para fins de comprovação do percentual de participação do consorciado, caso este não conste expressamente do atestado ou da certidão, deverá ser juntada ao atestado ou à certidão cópia do instrumento de constituição do consórcio.

9.2.1.4.3 O prestador de serviço disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

9.2.2 As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura (art. 65, §1º da Lei nº 14.133, de 2021).

9.2.3 Regras acerca da participação de matriz e filial:

a) se o licitante for a matriz, todos os documentos devem estar em nome da matriz;

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

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

d) se o licitante participar do certame apresentando os documentos de habilitação e qualificação da matriz e desejar

executar o contrato pela filial, ou vice-versa, deverá fazer prova, por ocasião da assinatura do contrato, da regularidade do estabelecimento que executará o objeto licitado, a qual deverá ser mantida durante todo o curso da avença.

9.2.4 Regras acerca da participação de consórcio:

a) a habilitação técnica, quando exigida, será feita por meio do somatório dos quantitativos de cada consorciado e, para efeito de habilitação econômico-financeira, quando exigida, será observado o somatório dos valores de cada consorciado;

b) Na hipótese de o consórcio não ser formado integralmente por microempresas ou empresas de pequeno porte, para fins de habilitação econômico-financeira, haverá um acréscimo no percentual de 10% (dez por cento) a 30% (trinta por cento) para o consórcio em relação ao valor exigido para os licitantes individuais.

9.2.5 O Certificado de Registro Cadastral-CRC ou Certificado de Registro Simplificado-CRS poderá substituir os documentos de habilitação, na forma indicada neste Termo de Referência.

9.2.5.1 Caso conste do registro algum documento vencido, o licitante deverá apresentar a versão atualizada do referido documento junto aos demais documentos de habilitação.

9.2.5.2 A substituição dos documentos está condicionada à verificação da regularidade destes, mediante a emissão do extrato do fornecedor pela Administração.

9.2.5.3 O Certificado de Registro Cadastral-CRC ou Certificado de Registro Simplificado-CRS, estando no prazo de validade, poderá substituir os documentos relativos à habilitação constantes do sistema, exceto os concernentes à Qualificação Técnica.

10. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1 O valor estimado total da contratação é de R\$1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais), conforme custos unitários constantes na tabela anexa a este Termo de Referência.

LOTE/ ITEM	Código SIMPAS	Unidade de Fornecimento (UF)	Quantitativo	Cronograma/prazo	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO GLOBAL
1	02.82.00.00164071- 2		1	12 meses	R\$	R\$1.500.000,00
				VALOR ESTIMADO TOTAL		R\$1.500.000,00

11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1 As despesas para o pagamento da presente contratação correrão à conta de recursos da Dotação Orçamentária a seguir especificada:

Unidade FIPLAN – 11201 - Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia - IRDEB Função – 12 - Educação

Subfunção - 392 - Difusão Cultural

Programa – 422 - Escola Presente: Permanências e Aprendizagem

P/A/OE - 4667 -Realização de Campanha Publicitária de Emissora Pública do Irdeb Região/planejamento- 9900- Estado

Natureza da despesa – 3.3.90.39.000 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica Destinação do recurso – 1.500.0.100.000000.00.00.00 ou 1.501.0.213.000000.00.00.00

Tipo de recurso orçamentário - Recursos Ordinários não Vinculados do Tesouro.

Tipo de recurso orçamentário - Recursos Diretamente Arrecadados por Entidades da Administração Indireta.

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

1. ÍNDICE DE ANEXOS

São partes indissociáveis deste Instrumento os seguintes anexos:

- I. PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO;
- II. MINUTA DO CONTRATO;
- III. CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA;
- IV. BRIEFING;
- V. PLANILHA DE SIMULAÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA;

ANEXO I

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos: a) desconto, a ser concedido à CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, referentes a peças e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: % (por cento); b) honorários, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: % (por cento); c) honorários, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: % (por cento); d) honorários, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: % (por cento).

....., de de 2025

(nome da licitante)

Representante Legal

ANEXO II

MINUTA DE CONTRATO

Cláusula Primeira..... LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

Cláusula Segunda..... OBJETO

Cláusula Terceira..... VIGÊNCIA

Cláusula Quarta..... DA EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL

Cláusula Quinta..... PREÇO

Cláusula Sexta.....	MANUTENÇÃO DO EQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO DO CONTRATO
Cláusula Sétima.....	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
Cláusula Oitava.....	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
Cláusula Nona.....	GARANTIA DA CONTRATAÇÃO
Cláusula Décima.....	INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
Cláusula Décima Primeira.....	EXTINÇÃO
Cláusula Décima Segunda.....	DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
Cláusula Décima Terceira.....	ALTERAÇÕES
Cláusula Décima Quarta.....	PUBLICAÇÃO
Cláusula Décima Quinta.....	COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA
Cláusula Décima Sexta.....	OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)
Cláusula Décima Setima.....	REMUNERAÇÃO
Cláusula Décima Oitava.....	DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA
Cláusula Décima Nona.....	DIREITOS AUTORAIS
Cláusula Vigésima.....	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
Cláusula Vigésima Primeira.....	DISPOSIÇÕES GERAIS
Cláusula Vigésima Segunda.....	FORO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM O ESTADO DA BAHIA, ATRAVÉS DO IRDEB E A EMPRESA .

CONCORRÊNCIA Nº /20

CONTRATO Nº xxxx DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM O ESTADO DA BAHIA, ATRAVÉS DO INSTITUTO DE RÁDIO-DIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA E A EMPRESA XXXXXXXXXXXXXXXX PARA OS FINS QUE NELE SE DECLARAM.

O **ESTADO DA BAHIA**, por intermédio do **INSTITUTO DE RÁDIO-DIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA**, CNPJ nº 13.420.609/0001-61,

situada na Rua Pedro Gama nº 413E, Alto do Sobradinho, Federação, CEP: 40231-000, Salvador - Bahia, neste ato representada pelo seu titular Sr. **FLÁVIO SILVA GONÇALVES**, autorizado pelo Decreto de Delegação publicado no D.O.E de 12/12/2024, doravante denominado **CONTRATANTE**, e a **Empresa XXXXXXXXXXXXXXXX**, com sede na Rua XXXXXXXXXX – XXXXXXXXXXXXX, CEP: xxx, Salvador - Bahia, inscrita no CNPJ/MF sob o nº xx, adjudicatária vencedora da Concorrência Pública xxx, conforme Processo **SEI nº xxxxx**, neste ato representada pela SR(a). **xxxxx**, brasileiro(a), inscrita no CPF sob o nº xxx, portador(a) da Carteira de Identidade nº xx, SSP/BA, doravante denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade.

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Estadual nº 14.634/2023 e da Lei Federal nº 14.133/2021, e modificações posteriores, da Lei Federal nº 4.680/65 e da Lei Federal nº 12.232/10.

1.2 Independente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato - e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados - o Edital da Concorrência XX/2025, seus anexos e a Proposta da Contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 O objeto deste presente contrato é a prestação de serviços de publicidade institucional, utilidade pública, monitoramento de redes sociais e comunicação digital, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o 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, nas condições estabelecidas no Termo de Referência.

2.2 Vinculam-se a esta contratação, independentemente de transcrição: a) Termo de Referência; b) Proposta da Contratada; c) Edital da Licitação; d) Eventuais anexos dos documentos supracitados.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (para o público externo e interno) em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- d) à elaboração de marcas, de expressão de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

2.4 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.3 terão a finalidade de:

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

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

2.6 Para a realização dos serviços de Publicidade e Propaganda e Monitoramento de Redes Sociais 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 IRDEB.
- 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.
- c) Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões onde o conceito, idéia, 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 Governo, 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 no referido 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.

2.7 Realizar a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

2.8 Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.9 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.

2.10 O Plano estratégico e o Plano de mídia devem sempre considerar a identificação e análise dos públicos ou região.

2.11 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.

2.12 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).

2.13 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.

2.14 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.

2.15 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.

2.16 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 Brand Safety para as campanhas on-line.

2.17 Desenvolver site, hotsite, landingpage, página promocional, aplicativo e outras peças de produções digitais não descritas na tabela SINAPRO.

2.18 Assessorar, planejar e executar mídia digital e social, bem como acompanhar a veiculação, elaboração de relatórios específicos e análise de dados, para orientar na tomada de decisões estratégicas em campanhas on-line.

2.19 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.

2.20 Comprar, veicular, ativar e fornecer informações através da análise de inteligência de dados, app, mobile e de assistentes de voz.

2.21 Monitorar e controlar as inserções publicitárias (mídias contratadas), por meio de relatório amostral com comprovação das veiculações no ato da emissão da nota, sendo que, para as veiculações em mídias de rádio, deverá a CONTRATADA apresentar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia.

2.22 Outros serviços que estejam compreendidos no âmbito de atuação das agências de publicidade e propaganda.

2.23 Para a prestação dos serviços deste contrato:

- a) A agência não poderá subcontratar outra agência de publicidade para a execução dos serviços previstos no item 2.1 em conformidade com art. 122, §2º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

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

c) A agência atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei Federal nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2 deste contrato, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.24 Para a execução dos serviços e a seleção interna de que trata o art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010, o INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA instituirá procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada no Diário Oficial Estado também disponível no sítio eletrônico da CONTRATANTE no endereço <https://www.irdeb.ba.gov.br>.

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

2.26 A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nessa Cláusula.

2.27 Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse dos Órgãos e Entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo do Estado da Bahia.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O prazo de vigência do Contrato é de 5 anos, a contar de (definir: data da assinatura do Contrato ou outra data convencionada), prorrogável até atingir o limite de 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

3.2 A prorrogação de que trata esta cláusula está condicionada à justificativa e autorização da autoridade competente para celebrar o ajuste, devendo as condições e preços permanecerem vantajosos para o Contratante, permitida a negociação com a Contratada, observando-se, ainda, o cumprimento dos seguintes requisitos:

- a) comprovação de que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;
- b) apresentação de relatório que discorra sobre a execução do Contrato, com informações de que os serviços foram prestados regularmente;
- c) apresentação de justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;
- d) manifestação expressa da Contratada informando o interesse na prorrogação;
- e) comprovação de que a **Contratada** mantém as condições iniciais de habilitação.

3.3 A Contratada não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

3.4 A prorrogação do Contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

3.5 Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

3.6 O Contrato não poderá ser prorrogado, quando for aplicada à Contratada:

- a) a sanção de impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Estado da Bahia;
- b) a sanção de declaração de inidoneidade para licitar e contratar, nos termos do §5º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

3.7 A variação do valor contratual para fazer face ao reajuste de preços previstos no próprio contrato, as atualizações, compensações ou apenações financeiras decorrentes das condições de pagamento nele previstas, bem como o empenho de dotações orçamentárias suplementares até o limite do seu valor corrigido, não caracterizam alteração do mesmo, podendo ser registrados por simples apostila, dispensando a celebração de aditamento. (Art. 136 e 107 da Lei Federal nº 14.133, DE 2021)

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

CLÁUSULA QUARTA – DA EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL

4.1 As regras de execução e de gestão do contrato constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

4.2 Fica indicado como Gestor deste contrato o Sr. Xxxxx, Matrícula nº Xxxx . Fica indicado como preposto da empresa Sr. xxxxxx de xxx, brasileira, inscrita no CPF sob o nº xxx. A área responsável por este contrato será xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

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

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

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

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

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

4.8 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, as suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

4.9 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

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

4.11 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.

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

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

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

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

CLÁUSULA QUINTA – PREÇO

5.1 O valor estimado total da contratação é de **R\$ 1.500.00,00 (um milhão e quinhentos mil reais)** conforme custos constantes na tabela anexa a este Termo de Referência.

ITEM	CÓDIGO	Descrição	(UF)	Qty	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	02.82.00.00164071-2	A prestação de serviços Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital para órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Estadual, conforme condições e exigências estabelecidas neste Termo de Referência.	Und	01	xxxx	xxxx
					VALOR ESTIMADO GLOBAL	R\$ 1.500.00,00

5.2 A estimativa de custo levou em consideração o risco envolvido na contratação e sua alocação entre Contratante e contratada, conforme especificado na matriz de risco constante do contrato.

5.3 Nos preços contratados estão incluídos todos os custos com material de consumo, salários, encargos sociais, previdenciários e trabalhistas de todo o pessoal da Contratada, como também fardamento, transporte de qualquer natureza, materiais empregados, inclusive ferramentas, utensílios e equipamentos utilizados, depreciação, aluguéis, administração, tributos, impostos, taxas, emolumentos e quaisquer outros custos que, direta ou indiretamente, se relacionem com o fiel cumprimento pela Contratada das obrigações.

CLÁUSULA SEXTA – MANUTENÇÃO DO EQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO DO CONTRATO

6.1 Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de 1 (um) ano contado de //, data do orçamento estimado (art. 92, inciso V e §3º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

6.2 Após o interregno de 1 (um) ano, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo Contratante, do Índice Nacional de Preços (INPC).

6.2.1 Na hipótese de não reajustamento dos preços pelo Contratante, o requerimento de reajuste deverá ser formulado durante a vigência do contrato e antes de eventual prorrogação nos termos do art. 131, parágrafo único, da Lei Federal nº 14.133, de 2021, sob pena de preclusão.

6.3 Nos reajustamentos subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de 1 (um) ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

6.4 No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o Contratante pagará à Contratada a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

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

6.6 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.

6.7 O reajustamento será realizado por apostilamento, na forma do art. 136, inciso I da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

6.8 O restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro dependerá de requerimento da Contratada quando visar recompor o preço que se tornou insuficiente, devendo ser instruído com a documentação que comprove o desequilíbrio econômico-financeiro do contrato.

6.8.1 O requerimento de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, nas hipóteses do art. 124, inciso II, "d", ou do art. 135 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, deverá ser formulado pelo interessado no prazo máximo de um ano do fato que o ensejou, sob pena de decadência, em consonância com o art. 211 da Lei Federal nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.

6.8.2 Na hipótese de contratos de serviços contínuos, o requerimento de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro deverá ser formulado durante a vigência do contrato e antes de eventual prorrogação nos termos do [art. 107](#) da Lei Federal nº 14.133, de 2021, sob pena de preclusão (art. 131, parágrafo único, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

6.8.2.1 Fica convencionado que, nos casos de contrato de serviços contínuos com prazo de vigência superior a 1 (um) ano, o requerimento de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro do contrato deverá observar a disposição do subitem 6.8.1.

6.9 O Contratante, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, prorrogável por igual período mediante justificativa, responderá a eventuais pedidos de manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do Contrato apresentado pela Contratada (art. 92, inciso XI, c/c 123, parágrafo único da Lei Federal nº 14.133, de 2021). **6.10** O processo de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro em favor do Contratante deverá ser instaurado quando possível a redução do preço ajustado para compatibilizá-lo ao valor de mercado ou quando houver diminuição, devidamente comprovada, dos preços dos insumos básicos utilizados no Contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

7.1 O Contratante, além das determinações contidas no instrumento convocatório, bem como daquelas decorrentes de lei, obriga-se a:

- a)** exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com este Contrato e seus anexos;
- b)** receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;
- c)** intimar a Contratada, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;
- d)** acompanhar e fiscalizar a execução do Contrato e o cumprimento das obrigações pela Contratada.
- e)** comunicar-se com a Contratada para emissão de nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) relativamente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o [art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021](#);
- f)** efetuar o pagamento à Contratada do valor correspondente à execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no Termo de Referência;
- g)** aplicar à Contratada as sanções previstas em lei e neste Contrato;
- h)** explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato apresentadas pela Contratada, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste, no prazo definido no subitem 7.1.1;
- i)** responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro apresentados pelo Contratada no prazo definido no subitem 6.9;
- j)** intimar os emitentes das garantias relativamente ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais (art. 137, §4º da Lei nº 14.133, de 2021).

7.1.1 O Contratante, no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da data do protocolo do(s) requerimento(s) relacionado à execução do presente Contrato, decidirá sobre todas as solicitações e reclamações apresentadas pela Contratada, admitida a prorrogação motivada do prazo, por igual período (art. 123 da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

Caso não haja especificação, o prazo será de 1 (um) mês, conforme o parágrafo único do art. 123 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

7.2 Além das determinações acima descritas, o Contratante deverá atender às seguintes obrigações específicas:

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

7.3.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

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

7.3.3 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

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

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

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

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

7.3.8 A CONTRATANTE retomará a normalidade nos pagamentos apenas quando da comprovação da regularização da situação da CONTRATADA com relação a terceiros.

7.3.9 Proceder à publicação resumida do instrumento de contrato e de seus aditamentos na imprensa oficial, condição indispensável para sua validade e eficácia, no prazo de 10 (dez) dias corridos da sua assinatura

CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

8.1 A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes neste Contrato e em seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações decorrentes de lei e aquelas a seguir dispostas:

a) designar de sua estrutura administrativa um preposto permanentemente responsável pela perfeita execução do Contrato, servindo de interlocutor e canal de comunicação entre as partes;

b) atender às determinações regulares emitidas pelo Contratante e prestar o(s) esclarecimento(s) ou informação(ões) por ele solicitado(s) ([art. 137, inciso II, da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#));

c) reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo Contratante, os serviços nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

d) responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo Contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos;

e) não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do contratante ou do fiscal ou gestor do contrato, nos termos do art. 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021;

f) quando não for possível a verificação da regularidade no Cadastro de Fornecedores, a Contratada deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) para fins de pagamento, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede da Contratada; 4) certidão de Regularidade do FGTS – CRF; 5) certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

g) manter durante toda a vigência do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;

h) prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do serviço;

i) executar os serviços sem solução de continuidade durante todo o prazo da vigência do contrato e comunicar ao Contratante qualquer anormalidade que interfira no bom andamento do Contrato;

j) paralisar, por determinação do Contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros;

k) promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução do objeto, durante a vigência do contrato;

l) conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local dos serviços e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina;

m) submeter previamente, por escrito, ao Contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do Termo de Referência;

n) cumprir, durante todo o período de execução do Contrato, a reserva de cargos prevista em lei, observado o disposto no art. 116 da Lei Federal nº 14.133, de 2021;

o) atender às seguintes obrigações concernentes à aprendizagem: [\[art. 116, da Lei Federal nº 14.133, de 2021\]](#) c/c Lei Estadual nº 13.459/15 e Decreto nº 16.761/15):

1) observar a determinação do art. 429 do Decreto-Lei nº 5.452, de 1943 (Consolidação das Leis do Trabalho - CLT) e respectiva regulamentação;

2) recrutar, preferencialmente, para a contratação de aprendizes determinada pelo art. 429 da CLT, os estudantes indicados no §2º do art. 38 da Lei estadual nº 14.395, de 2021, no percentual mínimo de 10% (dez por cento) do quadro de aprendizes da Contratada;

3) apresentar ao fiscal ou responsável pela gestão e acompanhamento do contrato, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis contado do início efetivo da execução do serviço, a lista completa dos aprendizes, indicando aqueles selecionados no banco de dados de que trata a Lei estadual nº 14.395, de 2021, devendo justificar, perante o Contratante, a eventual impossibilidade de seu cumprimento.

p) comprovar a reserva de cargos a que se refere o subitem acima, no prazo fixado pelo Contratante, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas ([art. 116, parágrafo único, da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#));

q) guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do Contrato;

r) arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no [art. 124, inciso II, d, da Lei nº 14.133, de 2021](#);

s) observar a legislação federal, estadual e municipal, relativa ao objeto do Contrato;

t) alocar os empregados necessários, com habilitação e conhecimento adequados, ao perfeito cumprimento das cláusulas deste Contrato, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;

u) não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de 16 (dezesesseis) anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de

14 (quatorze) anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

v) providenciar e manter atualizadas todas as licenças e alvarás junto às repartições competentes, necessários à execução do Contrato;

w) efetuar pontualmente o pagamento de todas as taxas e impostos que incidam ou venham a incidir sobre as suas atividades e/ou sobre a execução do presente Contrato;

x) emitir nota(s) fiscal(is) ou instrumento(s) de cobrança equivalente(s) de acordo com a legislação, contendo descrição dos serviços, indicação de sua quantidade, preço unitário e valor total;

y) providenciar o cadastramento de seu representante legal ou procurador no site www.comprasnet.ba.gov.br ou outro que venha a substituí-lo, para a prática de atos através do Sistema Eletrônico de Informações – SEI;

z) realizar os serviços de manutenção e assistência técnica conforme prescrições do Termo de Referência;

aa) prover as instalações, aparelhamento e pessoal técnico exigidos na licitação;

bb) alocar durante todo o período de execução do objeto profissional, devidamente registrado no conselho profissional competente, quando for o caso, detentor de atestado de responsabilidade técnica e a equipe técnica mínima exigida no instrumento convocatório, admitindo-se a sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo Contratante;

cc) ressarcir o Contratante pelos danos decorrentes de paralisação ou interrupção dos serviços contratados.

8.2 Além das determinações acima descritas, a Contratada deverá:

a) atender às obrigações de que tratam os Anexos deste Contrato;

b) manter preposto aceito pela Administração no local do serviço para representá-lo na execução do contrato (art. 118 da Lei Federal nº 14.133, de 2021);

8.2.1 A indicação ou a manutenção do preposto da Contratada poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, hipótese em que a empresa designará outro profissional para o exercício da atividade.

CLÁUSULA NONA – GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

9.1 Para o fiel cumprimento das obrigações do presente contrato, a CONTRATADA, no ato da assinatura, apresentará garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do montante efetivamente executado pela contratada, que está estimado em **R\$ 1.500.00,00 (um milhão e quinhentos mil reais)** em favor do CONTRATANTE, podendo optar por uma das modalidades previstas no §1º do art. 96 e 98 da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

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

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

9.4.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

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

9.6 Em caso de atualização do total estimado de despesas deste contrato, a CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido no item **9.1**.

9.7 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei Estadual nº 14.634/2023.

CLÁUSULA DÉCIMA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1. Constituem infrações administrativas para os fins deste Contrato, as condutas constantes do art. 155 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

10.2. Serão aplicadas à Contratada que incorrer nas infrações constantes do art. 155 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, as sanções previstas no art. 156 da mesma norma, observado os arts. 48 e 49 da Lei Estadual nº 14.634, de 2023 e a disciplina constante do Regulamento do Estado da Bahia.

10.3. No que concerne à multa, será observado o que se segue:

10.3.1 Multa compensatória: No caso de descumprimento total da obrigação principal, será aplicada multa compensatória no percentual de % (por cento) incidente sobre o valor global do contrato.

Nota: ajustar o percentual ao caso concreto que deverá ser ≥ 0,5% e ≤ 30% (art. 156, §3º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

Caso o cumprimento da obrigação principal, uma vez iniciado, seja descontinuado, será aplicada multa compensatória no percentual de

% (por cento) incidente sobre o saldo do contrato, isto é, sobre a diferença entre o valor global do contrato e o valor da parte do serviço já realizado.

Nota: ajustar o percentual ao caso concreto que deverá ser ≥ 0,5% e ≤ 30% (art. 156, §3º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021) No caso de descumprimento da obrigação acessória, será aplicada multa compensatória no percentual de % (por cento) incidente sobre o valor da obrigação descumprida ou da estimativa arbitrada do seu custo.

Nota: ajustar o percentual ao caso concreto que deverá ser ≥ 0,5% e ≤ 30% (art. 156, §3º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021)

No caso de recusa injustificada do adjudicatário em assinar o termo de contrato, em aceitar ou retirar o instrumento equivalente, ou, quando for o caso, em assinar a ata de registro de preços, ou praticar condutas a elas equiparadas, será aplicada multa compensatória no percentual de % (por cento) incidente sobre o valor correspondente ao objeto adjudicado ou, quando for o caso, da estimativa da contratação.

Nota: ajustar o percentual ao caso concreto que deverá ser ≥ 0,5% e ≤ 30% (art. 156, §3º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021)

10.3.1.1 Considera-se acessória, para os fins deste Contrato, a obrigação contratual de natureza instrumental, secundária ou meramente formal.

10.3.1.2 O inadimplemento de obrigação acessória que retarde, comprometa ou impeça a execução da obrigação principal será considerado descumprimento da obrigação principal, sujeitando-se às cominações legais respectivas.

10.3.2 Multa moratória:

a) O atraso injustificado na execução do Contrato ensejará a aplicação de multa moratória no percentual de % (por cento) ao dia, incidente sobre o valor da obrigação descumprida ou da estimativa arbitrada do seu custo, observado o percentual máximo total de 30% (trinta por cento).

Nota: ajustar o percentual ao caso concreto que deverá ser ≥ 0,1% e ≤ 30% (art. 156, §3º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021)

b) O atraso injustificado do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição de garantia contratual ensejará a aplicação de multa moratória no percentual de % (por cento) ao dia, incidente sobre o valor global do contrato. **Nota: ajustar o percentual ao caso concreto, que deverá ser $\geq 0,1\%$ e $< \text{valor da própria garantia contratual}$ (art. 156, §3º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021)**

10.3.2.1 A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do Contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei Federal nº 14.133, de 2021.

Nota: findo o prazo fixado no contrato para cumprimento da obrigação, a Administração não está obrigada a aguardar o

adimplemento voluntário pela Contratada, podendo, a qualquer tempo, promover a extinção unilateral do contrato e, nessa hipótese, aplicar a multa compensatória estipulada.

10.3.2.2 Na hipótese do subitem anterior, se o cálculo da multa moratória atingir o patamar correspondente ao valor máximo da multa compensatória, o recebimento do objeto deverá ser recusado, salvo justificativa escrita devidamente fundamentada, sem prejuízo da aplicação das demais sanções previstas em lei.

Nota: por exemplo: se a multa de mora for definida em 0,5% (cinco décimos por cento) ao dia e a compensatória em 30%, o valor máximo da multa compensatória será atingido em 60 dias, pois $0,5\%/\text{dia} \times 60 \text{ dias}$ corresponde a 30%]

10.4 A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante, observado o disposto na Lei Estadual nº 12.209, de 20 de abril de 2011 (art. 156, §9º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

10.5 Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

10.6 Na aplicação das sanções serão considerados ([art. 156, §1º, da Lei Federal 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.

10.7 Os atos previstos como infrações administrativas na [Lei Federal 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 a autoridade competente definidos na referida Lei e no Regulamento do Estado da Bahia ([art. 159 da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e §3º, do art. 47 da Lei nº 14.634, de 2023](#)).

10.8 A personalidade jurídica da Contratada poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos em lei e neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial.

10.8.1 Com a desconsideração da personalidade jurídica, 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 a Contratada.

10.8.2 Em todos os casos de desconsideração da personalidade jurídica deverão ser observados o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia ([art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

10.9 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 ele 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 e §1º do art. 55 da Lei nº 14.634, de 2023](#)).

10.10 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 Federal nº 14.133, de 2021](#), conforme disciplinado no Regulamento do Estado da Bahia ([art. 60 da Lei nº 14.634, de 2023](#)).

10.11 A apuração das infrações administrativas será realizada em processo administrativo sancionatório, com a observância das garantias da ampla defesa e do contraditório, na forma do regulamento, conforme disciplina constante do Regulamento do Estado da Bahia.

10.11.1 Será admitida medida cautelar destinada a garantir o resultado útil do processo administrativo sancionatório, de forma antecedente ou incidental à sua instauração, inclusive a retenção provisória do valor correspondente à estimativa da sanção de multa.

10.11.2 O valor da retenção provisória a que se refere o subitem anterior deste artigo não poderá exceder ao limite máximo estabelecido no §3º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

10.12.1 Responder perante a CONTRATANTE e terceiros 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.

10.12.2 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.

10.12.3 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/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.

10.12.3.1 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 esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

10.12.4 Responder por qualquer ação 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.

10.12.5 Manter, durante o período de, no mínimo 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou materiais produzidos para a CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – EXTINÇÃO

11.1 O contrato se extingue quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contratantes.

11.1.1 O Contrato pode ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o Contratante, quando este não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o Contrato não mais lhe oferece vantagem (art. 106, inciso III da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

11.1.2 A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do Contrato, desde que haja a intimação à Contratada pelo Contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia (art. 106, §1º da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

11.1.3 Caso a intimação da não-continuidade do Contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

11.2 O Contrato pode ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no [art. 137 da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#), assegurados o contraditório e a ampla defesa.

11.2.1 A extinção do contrato poderá ser:

a) determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta ([arts. 138, inciso I, e 139 da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#));

b) consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração ([art. 138, inciso II, da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#));

c) determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial ([art. 138, inciso III, da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#)).

11.2.2 A alteração social, da finalidade ou da estrutura da empresa Contratada não ensejará a extinção contratual se não restringir sua capacidade de concluir o Contrato ([art. 137, inciso III, da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#)).

11.2.2.1 Se a alteração de que trata a sub cláusula 11.2.2 implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

11.2.3 Contrato será extinto caso se constate que a Contratada mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira,

trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade Contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do Contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

11.3 O termo de extinção, sempre que possível, será precedido de:

a) balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

b) relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

c) indenizações e multas.

11.4 A extinção do Contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, conforme [art. 131 da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#), observada a Cláusula Sexta deste Contrato.

11.5 A inexecução, total ou parcial, do contrato ensejará a sua extinção, com as consequências contratuais e as previstas nos artigos.

11.6 A extinção poderá ser determinada por ato unilateral e escrito do Contratante nos casos enumerados nos artigos 137 e 138 da Lei Federal 14.133/2021.

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

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

11.9 A extinção, por algum dos motivos previstos na Lei Estadual nº 14.634/2023 e na Lei nº 14.133/2021, não dará à CONTRATADO direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRI

1.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 1.500.00,00 (um milhão e quinhentos mil reais)

1.2 As despesas para o pagamento do presente Contrato correrão à conta de recursos da Dotação Orçamentária a seguir especificada ([art. 92, inciso VIII, da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#)):

UNIDADE FIPLAN	FUNÇÃO	SUBFUNÇÃO	PROGRAMA	P/A/OE	ACP
SALDO DE DOTAÇÃO	REGIÃO PLANEJAMENTO /	NATUREZA DA DESPESA	SUBELEMENTO DA DESPESA	DESTINAÇÃO RECURSO	TIPO DE RECURSOS ORÇAMENTÁRIO

--	--	--	--	--	--

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

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

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

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

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

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

1.5.3.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, com os seguintes números mínimos de profissionais exclusivos para execução deste contrato: 1 (um) profissional de estudo e planejamento, 2 (dois) profissionais de criação, 1 (um) profissional de produção, 1 (um) profissional de design gráfico, 1 (um) profissional de mídia, 1 (um) profissional de monitoramento digital, 1 (um) profissional de atendimento, 1 (um) profissional de faturamento;

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

1.5.4.1 Os profissionais de mídia on-line e de monitoramento digital, devem possuir certificado de capacitação ou especialização em publicidade digital.

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

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

1.5.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos itens **12.2** e **12.3**, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

1.5.7 Fazer cotação de preços para a produção de todos os serviços de terceiros e apresentar, **no mínimo**, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

1.5.7.1 Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

1.5.8 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

1.5.9 Submeter a **subcontratação de terceiros**, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE

1.5.9.1 Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante a CONTRATANTE.

1.5.9.2 A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.

1.5.10 Orientar a produção de peças aprovadas pela CONTRATANTE.

1.5.10.1 Os materiais aprovados só poderão ser utilizados para distribuição ou veiculação após sua aprovação pela CONTRATANTE.

1.5.11 Entregar, quando solicitado pela CONTRATANTE, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas.

1.5.12 Elaborar Relatórios de Campanhas e Projetos contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, descrição do investimento da verba e indicadores de resultados a serem entregues mensalmente.

1.5.13 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 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 contratada.

1.5.14 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

1.5.15 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independente de solicitação.

1.5.16 Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente da CONTRATANTE.

1.5.17 Submeter previamente à CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira.

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

1.5.19 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.

1.5.20 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

1.5.21 Assumir os impostos 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.

1.5.21.1 Os impostos sobre as remessas do numerário retidos pelo Banco Remetente a título de Imposto de Renda na Fonte sobre os honorários e despesas contratuais referentes a remessa de pagamentos às empresas estrangeiras, serão de responsabilidade da CONTRATANTE.

1.5.22 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.

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

1.5.24 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.

1.5.25 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.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – ALTERAÇÕES

13.1 Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos [arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021](#).

13.2 A Contratada é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato (art. 125 da Lei Federal nº 14.133, de 2021).

13.3 Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, conforme [art. 136 da Lei Federal nº 14.133, de 2021](#).

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – PUBLICAÇÃO

14.1 Incumbirá ao Contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no [art. 94 da Lei Federal 14.133, de 2021](#).

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA

15.1 Fica pactuado que os atos de comunicação processual com a Contratada poderão ser realizados por meio eletrônico, na forma do disposto na Lei nº 12.209, de 2011, e do Decreto nº 15.805, de 30 de dezembro de 2014.

15.1.1 A Contratada deverá manter atualizado o endereço eletrônico cadastrado no Sistema Eletrônico de Informações - SEI, para efeito do recebimento de notificação e intimação de atos processuais, conforme Decreto estadual nº 17.983, de 24 de outubro de 2017.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)

16.1 As partes se comprometem a cumprir a [Lei Federal nº 13.709, de 2018](#) (Lei de Proteção de Dados Pessoais - LGPD), bem como regras e regulamentos que lhe forem aplicáveis e que tenham por objeto os dados pessoais tratados no âmbito do objeto contratado.

16.2 A Contratada deverá utilizar os dados pessoais recebidos em função do objeto do Contrato somente para a finalidade do objeto pactuado, não podendo, em caso algum, utilizar esses dados pessoais para finalidade distinta, sob pena de extinção imediata da contratação.

16.3 A Contratada se obriga a não armazenar, arquivar, reproduzir, transmitir, distribuir, transferir ou de qualquer forma compartilhar os dados pessoais disponibilizados pelo Contratante com terceiros, salvo nas hipóteses legalmente previstas.

16.4 Em caso de incidente de vazamento de dados pessoais, a Contratada deverá enviar comunicação ao Contratante, por escrito, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas contado a partir da ciência do vazamento, contendo, no mínimo, as seguintes informações:

a) data e hora do incidente; b) data e hora da ciência pela Contratada; c) relação dos tipos de dados afetados pelo incidente; d) relação de titulares afetados pelo incidente; e) indicação de medidas que estiverem sendo tomadas para sanar e mitigar o incidente, bem como reparar eventuais danos e evitar novos incidentes.

16.5 O Contratante deverá ser informado no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de sub operação firmados ou que venham a ser celebrados pela Contratada.

16.6 A Contratada deverá exigir de sub operadores e subcontratados o cumprimento dos deveres desta Cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

16.7 Encerrado o tratamento dos dados nos termos do [art. 15 da LGPD](#), é dever da Contratada eliminá-los, com exceção das hipóteses do [art. 16 da LGPD](#), incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

16.8 A Contratada deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações sobre os dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

16.9 Em caso de descumprimento de qualquer obrigação prevista nesta Cláusula, a Contratada ficará sujeita à integral responsabilização, inclusive por perdas e danos, aplicação das sanções cabíveis e da extinção do Contrato.

CLÁUSULA DECIMA SÉTIMA - REMUNERAÇÃO

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

17.1.1 xx%(xxxxxxxx) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição

não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº4.680/1965.

17.1.2 Honorários de 03% (três por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

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

17.1.3 Honorários de 03% (três por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

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

17.1.4 Honorários de 08% (oito por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

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

17.1.4.2 Em relação a Monitoramento de Redes Sociais os percentuais são os descritos abaixo:

a) xx% de desconto a ser concedido ao IRDEB sobre os custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia - SINAPRO.

b) Percentual de honorários de xx% (xxxxxxxx), referente à produção de peças Web/Internet/Digital cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros/fornecedores, sob supervisão da licitante.

17.1.5 Os layouts reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

17.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será no máximo de 50% (cinquenta por cento).

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

17.3 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será no máximo de 50% (cinquenta por cento).

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

17.4 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre seus custos internos e sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição proporcione a ela o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA

18.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Décima nona, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência - à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois - concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/65.

18.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item **20.1.1.1**, a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação, 15% (quinze por cento) à CONTRATADA e 5% (cinco por cento) à CONTRATANTE.

18.2.1 Como alternativa à remuneração através do "desconto padrão de agência", é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "fees" ou "honorários de valor fixo", a serem ajustados por escrito entre CONTRATANTE e CONTRATADA, na proporção de 15% (quinze por cento) do valor faturado.

18.2.1.1 O "fee" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrentes do "desconto padrão de agência"; de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais.

18.2.1.1.2 É vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem concorrência desleal, podendo o CONTRATANTE, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas na Lei Estadual nº 14.634/2023, bem como representar à autoridade competente, para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.

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

18.4 Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos

veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, e repassará ao CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA- DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA VIGÉSIMA - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

20.1 O prazo para pagamento à Contratada e as demais condições a ele referentes encontram -se definidos no Termo de Referência, que constitui anexo deste Contrato

20.1.1 Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de uma via da Nota Fiscal-Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pela **CONTRATANTE**, mediante dados bancários informados pela CONTRATADA XXXXX LTDA, CNPJ: XXXX, junto ao BANCO XX Agência: XXX - Conta Corrente: XXX, no prazo não superior a 60 (sessenta dias) contados a partir da data final do período de adimplemento das parcelas dos serviços, da seguinte forma:

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

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

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

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

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

20.3 Antes da efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, certidões negativas de débitos expedidas por órgãos da Secretaria da Receita Federal e da Procuradoria da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

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

20.5.1 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.

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

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

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

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

20.8 A CONTRATANTE efetuará retenção, na fonte, dos tributos e contribuições sobre todos os pagamentos à CONTRATADA, conforme dispõe o art. 34 da Lei nº 10.833, de 29.12.03 ou o art. 64 da Lei nº 9.430, de 27.12.96.

20.9 Sem prejuízo da caracterização dos ilícitos administrativos previstos no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, com as cominações

inerentes, a inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará o contratado à multa de mora, que será graduada de acordo com a gravidade da infração, obedecidos os seguintes limites máximos

20.10 10% (dez por cento) sobre o valor deste contrato, em caso de descumprimento total da obrigação, ou ainda na hipótese de negar-se a contratada a efetuar o reforço da caução, dentro de 10 (dez) dias contados da data de sua convocação.

20.10.1 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado;

20.10.2 0,7% (sete décimos por cento) sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado, por cada dia subsequente ao trigésimo.

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

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

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

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

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1 Constatada irregularidade no procedimento licitatório ou na execução contratual, caso não seja possível o saneamento, a decisão sobre a suspensão da execução ou sobre a declaração de nulidade do contrato observará o disposto no art.147 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

21.2 Os casos omissos serão dirimidos pelo Contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº14.133, de2021, na Lei nº14.634, de 2023, e de mais normas aplicáveis.

21.3 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Contrato observará o art.183 da Lei Federal nº14.133, de 2021 e o art.67 da Lei nº14.634, de 2023.

21.4 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.

21.5 Incumbirá ao Contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no [art. 94 da Lei Federal 14.133, de 2021](#).

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

21.7 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Estadual nº 14.634/2023 e da Lei Federal nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

21.8 São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de defesa do Consumidor).

21.9 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.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – FORO

22.1 As partes elegem o Foro da Cidade do Salvador, Estado da Bahia, que prevalecerá sobre qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para solucionar quaisquer dúvidas oriundas deste instrumento que não puderem ser dirimidas por quaisquer dos meios alternativos resolução de controvérsias de que trata a Lei Federal nº 14.133, de 2021.

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

Salvador, XX de XX de 20XX

CONTRATANTE XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX INSTITUTO DE RÁDIO-DIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA

CONTRATADO LXXXXXI XXXXXX X LXXXXXXXXXX E XX

ANEXO III**CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA****1. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

1.1 A Proposta Técnica a ser julgada será constituída de quatro quesitos, entregues nos envelopes denominados Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e Invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação). Descrição dos quesitos:

1.1.1 Plano de Comunicação - a licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing (Anexo V do Termo de Referência), o qual compreenderá os seguintes quesitos:

1.1.1.1 Raciocínio Básico: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de comunicação da ENTIDADE;

1.1.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação.

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação.

c) explanará e defenderá os principais pontos da estratégia de Brand Safety para as mídias digitais, informando quais instrumentos e ferramentas a utilizar).

1.1.1.3 Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação.

1.1.1.3.1 Os exemplos de peças:

a) estão limitados a quinze, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute e story-board impressos, para qualquer peça, e de “monstro”, apenas para rádio e internet, storyboard animado ou animatic, para TV e cinema. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

c) Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou “monstros” poderão ser apresentados em pendrive, executáveis em computadores pessoais, acondicionados em envelopes, ressalvado que não serão avaliados apenas como referência da ideia a ser produzida.

d) Os protótipos ou “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf.

e) Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, “monstro” internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

f) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a alínea ‘a’, devem ser observadas as seguintes regras:

g1) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

g2) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

g3) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

- g4) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- g5) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g6) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.
- g) Na apresentação de proposta de hotsite não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.1.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas de mídia e não mídia, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da CONTRATANTE, para atingir os públicos prioritários da campanha.

b) simulação de plano de distribuição das peças propostas, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

1.1.1.4.1 Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre o período de veiculação, os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção das peças de mídia e de não mídia. Deverá ser utilizado o modelo de planilha apresentado no Anexo VI.

1.1.1.4.2 No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

1.1.1.4.3 Na simulação de que trata a alínea b do item 1.1.1.4, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos.

1.1.1.4.4 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 deverão constar dessa simulação.

1.1.1.4.5 Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

1.1.1.4.6 Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de Fornecedores.

1.1.1.4.7 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 1.1.1.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

1.1.2 Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

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

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas e quantidades mínimas conforme a seguir:

b1) 1 (um) profissional de estudo e planejamento, 2 (dois) profissionais de criação, 1 (um) profissional de produção de rádio e TV, 1 (um) profissional de design gráfico, 2 (dois) profissionais de mídia off-line, 2 (dois) profissionais de atendimento;

b2) 1 (um) profissional de estudo e planejamento, 2 (dois) profissionais de criação, 1 (um) profissional de design gráfico, 1 (um) profissional de mídia on-line, 1 (um) profissional de monitoramento digital, 2 (dois) profissionais de atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, da (s) ferramenta (s) de verificação e análise da mídia on-line, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

1.1.3 Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

1.1.3.1 Poderão ser apresentadas até dez peças, referentes aos meios relativos (on-line) do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas.

1.1.3.2 Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs.

1.1.3.3 Os vídeos deverão ser fornecidos em Pendrive; os spots e/ou jingles, em Pendrive; as peças de Internet, em Pendrive; as peças gráficas podem ser impressas em papel A3 dobrado em formato A4, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura, o tamanho original deve ser indicado.

1.1.3.4 As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela CONTRATANTE.

1.1.3.5 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 1.1.3.1, 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 na alínea 'c' do subitem 2.3.1.

1.1.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até dois casos relativos aos meios.

relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções de problemas de comunicação, planejados e propostos pela Licitante e implementados por seus clientes.

1.1.4.1 Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela CONTRATANTE.

1.1.4.2 É permitida a inclusão de até cinco peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que os vídeos deverão ser fornecidos em Pendrive; os spots e/ou jingles, em Pendrive; as peças de Internet, em Pendrive; as peças gráficas, podem ser impressas em papel A3 dobrado em formato A4, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura, o tamanho original deve ser indicado.

1.1.4.3 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 2.3.1.

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

1.2 Os textos pertinentes ao Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária do Plano de Comunicação estão limitados a 10 (dez) páginas.

1.3 A critério da ENTIDADE, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

2. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

2.1 As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas pela Subcomissão Técnica prevista no subitem

7.2 deste Termo de Referência, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos;
- c) do papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE.

2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da CONTRATANTE e a verba disponível.

2.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

2.2.2 Capacidade de Atendimento

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

2.2.3 Repertório

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

2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

2.3.1 Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

- a) Plano de Comunicação – 65 (sessenta e cinco) a1) Raciocínio Básico – 5 (cinco) a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 15 (quinze) a3) Ideia Criativa – 30 (trinta) a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze)
- b) Capacidade de Atendimento – 15 (quinze) b1) Experiência em publicidade – 8 (oito)
- b2) Recursos humanos e de infraestrutura – 4 (quatro) b3) Informações de marketing e comunicação – 3 (três)
- c) Repertório – 10 (dez)
- c1) Ideia criativa e sua pertinência – 5 (cinco) c2) Clareza da campanha – 2 (dois) c3) Qualidade da execução e do acabamento – 3 (três)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (dez) d1) Concatenação lógica da exposição – 2 (dois) d2) Evidência do planejamento publicitário – 3 (três)
- d3) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 (três) d4) Relevância dos resultados apresentados – 2 (dois)

2.3.2 A nota do quesito corresponderá a média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

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

2.3.5 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.

2.3.6 Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as quatro maiores notas, observado o disposto nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 2.3.7.

2.3.7 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total da proposta técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 2.2.1.1 a 2.2.1.4 e

2.2.2 a 2.2.4.

2.3.8 Em caso de empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 2.2.1, 2.2.2,

2.2.3 e 2.2.4.

2.3.9 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado em ato público marcado pela Comissão de Licitação.

2.4 As LICITANTES tecnicamente classificadas serão habilitadas para abertura de seus envelopes comerciais com as propostas de preços.

ANEXO IV

BRIEFING

BRIEFING DE CAMPANHA

As informações a seguir devem ser consideradas e contextualizadas para a formulação da proposta. Sobre o IRDEB

O Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia é o responsável pela gestão da TVE, Rádio Educadora FM, TV Educa Bahia, SACADA (DooH) e o Teatro do IRDEB. É uma instituição pública a serviço dos baianos que oferece conteúdos diversos e qualificados.

A comunicação do IRDEB baseia-se nos princípios da transparência e do direito da sociedade ao acesso à informação de interesse público. É por meio dessa comunicação que a sociedade é informada sobre as ações e os conteúdos produzidos e transmitidos pela instituição por meio dos seus respectivos veículos de comunicação e que são do seu interesse. Assim, a comunicação da TVE, TV Educa Bahia e Rádio Educadora FM cumprem com a importante função de informar a população e, ao mesmo tempo, fortalecer sua marca institucionalmente e disputar a audiência dos baianos em todas as plataformas de mídia em que estão presentes. Como todas as áreas de atuação, a comunicação deve estar alinhada com o planejamento estratégico da instituição, estando em consonância com a missão e visão.

Missão: Disponibilizar aos cidadãos baianos conteúdos diversos que informem, eduquem e entretenham

Visão: Serem os veículos de comunicação que melhor representam e que mais fortalecem a diversidade da Bahia. Mais informações podem ser obtidas no site <http://www.irdeb.ba.gov.br/>

PROBLEMA ESPECÍFICO

Demandar ações publicitárias de comunicação institucional para a TVE para a solução do seguinte problema específico: Tornar amplamente conhecido em todo o estado que a TVE realiza a transmissão exclusiva da série A do campeonato baiano de futebol (Baianão).

A TAREFA DOS LICITANTES

Elaborar plano de comunicação que:

- proponha a adoção de uma estratégia de comunicação publicitária digital capaz de solucionar o problema específico de comunicação e que funcione como uma linha condutora de atração de novos telespectadores em toda a área de cobertura da TVE e alavanque a base de seguidores e o engajamento de suas respectivas redes sociais;
- apresente uma campanha publicitária digital completa para divulgar a exclusividade e a amplitude da transmissão do futebol pela TVE.

TEXTO ESPECÍFICO

TVE, a casa do Futebol Baiano

A TVE está disponível em sinal digital para mais de 12 milhões de baianos em aproximadamente 300 municípios. É atualmente a maior de rede televisão digital aberta da Bahia.

Para reforçar o conceito de emissora pública e fortalecer o vínculo da TV com a população adotamos a assinatura em toda comunicação da TV: "TVE, é sua! É da Bahia."

Desde 2016 a TVE investe na valorização e visibilidade do futebol baiano e é a maior exibidora dos campeonatos estaduais. São 6 competições transmitidas: Campeonato Intermunicipal, Campeonato Feminino, Campeonato Sub15 e Sub 17, Campeonato baiano Sub 20, Campeonato Baiano Série B, e desde 2021 também o Campeonato Baiano Série A

A. Esta iniciativa tornou a TVE - A Casa do Futebol Baiano, slogan que também utilizamos em nossas comunicações durante as competições.

A TV pública baiana oferece aos cidadãos conteúdos relevantes para informar, educar e entreter prestando um serviço público essencial para a população. Transmite ao vivo shows e festivais de música além de realizar a maior cobertura do Carnaval e do São João. A TVE ainda é a emissora local que mais exibe a produção audiovisual baiana e brasileira com filmes, séries e documentários. A emissora mantém todos os dias uma programação com desenhos animados educativos para as crianças em idade pré-escolar e da educação infantil.

Sobre o Campeonato Baiano Série A - Baianão

O Baianão é a competição mais antiga do Nordeste e 2º do Brasil com seus mais de 100 anos de existência. O Campeonato Baiano é o 4º colocado em média de público no Brasil, uma competição que resiste ao tempo em nome da rivalidade local.

O Baianão é disputado por 10 clubes que se enfrentam na 1ª fase avançando apenas os quatro melhores para as semifinais. Após os jogos de ida e volta, as duas melhores equipes se enfrentam em duelos até sair o campeão.

Sobre a transmissão exclusiva do campeonato Baiano Série A pela TVE

Desde 2021, a TVE colocou a transmissão do Campeonato em destaque na grade de programação e em suas redes sociais. Ao longo destas anos a emissora chegou a liderar a audiência entre as emissoras de TV na Bahia durante algumas partidas, em especial em 2023 na transmissão do clássico BaVi, momento que consolidamos o 1º lugar de audiência a frente da soma de todas as outras emissoras. Somente no youtube foram 160 mil visualizações simultâneas.

Desde 2021 ampliamos o número de partidas transmitidas, no ano anterior a transmissão do campeonato pela TVE, a emissora que detinha os direitos transmitia 13 partidas, já em 2021 ampliamos estes números para 27 e passamos a reexibir os jogos em horários alternativos. Em 2022 e 2023 exibimos 46 partidas em cada ano.

Abrimos nossa transmissão 30 minutos antes do início da partida com conteúdo e informações exclusivas, além de toda cobertura em nossos programas jornalísticos, incluindo o TVE Esporte, o mais antigo e tradicional programa esportivo da TV aberta baiana.

A emissora investiu tecnicamente para realizar a transmissão ao vivo da competição que vem a cada ano sendo muito elogiada pelos torcedores, clubes e imprensa especializada.

Em 2024 realizamos algo inédito na história das transmissões de campeonatos estaduais em TV aberta: transmitiremos todos os jogos do campeonato. Com **51 jogos transmitidos**, esta foi a maior transmissão da história de um campeonato estadual no Brasil. Feito que será repetido em 2025.

Objetivo Principal da Campanha

Comunicar à população sobre a transmissão exclusiva do campeonato pela TVE.

Objetivos Secundários da Campanha

Posicionar a TVE como A Casa do Futebol Baiano.

Elementos Imprescindíveis

- Logomarca da TVE
- Logomarca do Governo do Estado da Bahia
- Assinatura das redes sociais

Marcas disponíveis em: http://www.irdeb.ba.gov.br/apoio_cultural

Plano De Mídia

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

Custo total da campanha incluindo produção e veiculação de mídia é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) .

Prazo De Duração Da Campanha Até 30 (trinta) dias

ANEXO V

MODELO DE PLANILHA DE SIMULAÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

PEÇA	DESCRIÇÃO DA PEÇA	PRODUÇÃO			VEICULAÇÃO			CUSTO TOTAL	% DO TOTAL GERAL
		QUANTIDADE	CUSTO (R\$)	% DO TOTAL GERAL	PERÍODO	CUSTO (R\$)	% DO TOTAL GERAL		
PEÇAS DE MÍDIA									

PEÇAS DE NÃO MÍDIA									

	TOTAL								100%
									TOTAL GERAL



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Pinho, Coordenador I**, em 21/08/2025, às 12:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 13º, Incisos I e II, do [Decreto nº 15.805, de 30 de dezembro de 2014](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://seibahia.ba.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **00120928266** e o código CRC **D61BDA88**.

TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2023 - 2024

Sinapro
BAHIA



diretoria

PRESIDENTE:

. ANDRÉ MASCARENHAS (ARTECAPITAL)

VICE-PRESIDENTE:

. LAURA PASSOS (ENGENHONOVO)

DIRETOR DE ASSUNTOS ÉTICOS:

. MARCOS FONSECA (PROPEG)

DIRETOR DE RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS:

. LUIS EDUARDO LIMA (SLA)

DIRETOR DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO:

. GUSTAVO QUEIROZ (NIBS)

DIRETOR SECRETÁRIO:

. LUCAS DE OURO (TUPPI)

DIRETOR TESOUREIRO:

. PAULO COELHO (MAGO)

CONSELHEIROS

. CARLOS POGGIO (POGGIO)

. MARCEL HOHLENWERGER (MARÉ)

. VERA ROCHA (ROCHA)

SUPLENTE

. ALINE MACEDO (CARAMBOLA)

. GEO FILHO (GENTE)

. VINÍCIUS CARVALHO (COCADA)

DELEGACIAS REGIONAIS

. REGIONAL OESTE: ALINE MACEDO (CARAMBOLA)

. REGIONAL SERTÃO: VINÍCIUS CARVALHO (COCADA)

. REGIONAL SUDOESTE: GEO FILHO (GENTE)

. REGIONAL SUL: LORENNAL CALDAS (AVOAR)

GERENTE EXECUTIVA

. DIANA NAVARRO

GERENTE ADMINISTRATIVO FINANCEIRO

. MARCO DE SANTANA

ANALISTA DE MARKETING DIGITAL

. JEAN SACRAMENTO

sumário

INSTITUCIONAL / 04

- Planejamento de comunicação / 04
- Planejamento de comunicação integrada (mídia) / 04
- Planejamento de comunicação integrada (produto) / 04
- Marca / 05

PRODUÇÃO GRÁFICA / 06

- Comunicação exterior / 06
- Papelaria / 07
- Material impresso / 07 e 08
- Jornal / 08
- Revista / 09
- Publicidade legal / 09

PRODUÇÃO ELETRÔNICA / 10

- Audiovisual / 10
- Gravação/editoração / 10
- Gravação de arquivos para veiculação ou transmissão via rede - jornal e revista / 11

PROMOCIONAL / 11

- Embalagem / 11
- Ponto de venda / 12
- Brindes / 13
- Materiais diferenciados / 13

PROJETOS ESPECIAIS / 13

- Marketing político / 13
- Serviços especiais / 14

SERVIÇOS DIGITAIS / 15

- Anúncios display / 15
- Redes sociais / 16 e 17
- Inbound marketing - marketing de conteúdo / 18
- Monitoramento e audiência / 18
- Business intelligence / 19
- Planejamento de campanha / 19
- Gestão de campanha de performance / 20
- Links patrocinados / 20
- Advergames / 20
- Seo / 21
- Website / 21
- Hotsite / 21
- Mobile site / 22
- Blog / 22
- Landing page / 22
- E-commerce / 23
- E-mail marketing / 23
- Mobile app / 24
- Newsletter / 24
- Whatsapp / 25
- Serviços especiais / 25
- Influenciadores / 25
- Survey online / 25

CRITÉRIOS GERAIS / 26

OBSERVAÇÕES / 27

institucional

1	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
1a	Calendário Anual Institucional			R\$ 57.516,00
1b	Calendário Anual Promocional			R\$ 28.909,00
1c	Case de Marketing/Mídia/RP			R\$ 40.352,00
1d	Criação de Tema/Conceito de Campanha			R\$ 23.400,00
1e	Planejamento da Comunicação Municipal/Capital			R\$ 36.121,00
1f	Planejamento da Comunicação Municipal/Interior			R\$ 15.736,00
1g	Planejamento da Comunicação Estadual			R\$ 45.169,00
1h	Planejamento da Comunicação Regional			R\$ 75.283,00
1i	Planejamento da Comunicação Nacional			R\$ 105.396,00

1	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA (MÍDIA)	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
1j	Investimento até R\$500.000,00			R\$ 7.556,00
1k	Investimento entre R\$500.000,01 e R\$2.000.000,00			R\$ 15.102,00
1l	Investimento acima de R\$2.000.000,01			R\$ 30.202,00
1m	Planejamento de Ação Promocional			R\$ 22.310,00
1n	Planejamento de Convenção e Planejamento de Evento/Feiras			R\$ 29.746,00

1	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA (PRODUTO)	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
1o	Planejamento para Lançamento de Produto			R\$ 40.352,00
1p	Planejamento de Endomarketing			R\$ 40.352,00

panfleto



2	MARCA	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL	REFORMULAÇÃO
2a	Manual de Identidade Visual (por lâmina)	R\$ 744,60	R\$ 496,40	R\$ 1.241,00	
2b	Marca de Empreendimento Imobiliário	R\$ 2.592,60	R\$ 1.728,40	R\$ 4.321,00	R\$ 2.160,50
2c	Marca de Empresa	R\$ 14.590,20	R\$ 9.726,80	R\$ 24.317,00	R\$ 12.158,50
2d	Marca de Eventos	R\$ 3.811,80	R\$ 2.541,20	R\$ 6.353,00	R\$ 3.176,50
2e	Marca de Produto	R\$ 21.954,00	R\$ 14.636,00	R\$ 36.590,00	R\$ 18.295,00
2f	Marca de Projeto	R\$ 10.977,60	R\$ 7.318,40	R\$ 18.296,00	R\$ 9.148,00
2g	Nome Fantasia			R\$ 9.727,00	
2h	Nome Produto			R\$ 14.636,00	
2i	Pictograma			R\$ 3.632,00	
2j	Planejamento Estratégico de Marca			R\$ 95.560,00	
2k	Selo Comemorativo	R\$ 4.270,20	R\$ 2.846,80	R\$ 7.117,00	
2l	Slogan			R\$ 7.454,00	

produção gráfica

3	COMUNICAÇÃO EXTERIOR	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
3a	Backbus	R\$ 3.448,20	R\$ 2.298,80	R\$ 5.747,00
3b	Banner	R\$ 799,80	R\$ 533,20	R\$ 1.333,00
3c	Caixaria	R\$ 2.094,00	R\$ 1.396,00	R\$ 3.490,00
3d	Cartaz/Sanca Metrô	R\$ 2.599,80	R\$ 1.733,20	R\$ 4.333,00
3e	Defensa	R\$ 1.624,20	R\$ 1.082,80	R\$ 2.707,00
3f	Empena / Fachada	R\$ 3.249,60	R\$ 2.166,40	R\$ 5.416,00
3g	Envelopamento de Trem/Metrô	R\$ 9.085,20	R\$ 6.056,80	R\$ 15.142,00
3h	Envelopamento de Veículo Grande	R\$ 5.677,80	R\$ 3.785,20	R\$ 9.463,00
3i	Envelopamento de Veículo Médio	R\$ 3.871,80	R\$ 2.581,20	R\$ 6.453,00
3j	Envelopamento de Veículo Pequeno	R\$ 2.581,20	R\$ 1.720,80	R\$ 4.302,00
3k	Escada Rolante	R\$ 3.871,80	R\$ 2.581,20	R\$ 6.453,00
3l	Faixa	R\$ 504,60	R\$ 336,40	R\$ 841,00
3m	Inbus	R\$ 1.378,80	R\$ 919,20	R\$ 2.298,00
3n	Mobiliário Urbano (Painel Frontal/Lateral de Abrigo de Ônibus)	R\$ 3.249,60	R\$ 2.166,40	R\$ 5.416,00
3o	Outbus	R\$ 1.723,80	R\$ 1.149,20	R\$ 2.873,00
3p	Outdoor	R\$ 3.366,60	R\$ 2.244,40	R\$ 5.611,00
3q	Outdoor Duplo	R\$ 6.654,00	R\$ 4.436,00	R\$ 11.090,00
3r	Outdoor Triplo	R\$ 10.100,40	R\$ 6.733,60	R\$ 16.834,00
3s	Painel All-Type	R\$ 631,80	R\$ 421,20	R\$ 1.053,00
3t	Painel Eletrônico	R\$ 3.971,40	R\$ 2.647,60	R\$ 6.619,00
3u	Painel/Frontlight/Backlight	R\$ 4.133,40	R\$ 2.755,60	R\$ 6.889,00
3v	Placa de Sinalização	R\$ 631,80	R\$ 421,20	R\$ 1.053,00
3w	Porta de Elevador	R\$ 4.133,40	R\$ 2.755,60	R\$ 6.889,00
3x	Pórtico	R\$ 3.553,80	R\$ 2.369,20	R\$ 5.923,00
3y	Relógio	R\$ 2.766,60	R\$ 1.844,40	R\$ 4.611,00
3z	Tapume (metro linear)	R\$ 559,20	R\$ 372,80	R\$ 932,00
3aa	Taxidoor	R\$ 1.723,80	R\$ 1.149,20	R\$ 2.873,00
3ab	Testeira	R\$ 2.094,00	R\$ 1.396,00	R\$ 3.490,00
3ac	Totem	R\$ 2.617,20	R\$ 1.744,80	R\$ 4.362,00

► produção gráfica

4	PAPELARIA	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
4a	Bloco de Anotações	R\$ 592,20	R\$ 394,80	R\$ 987,00
4b	Cartão Personalizado/Agradecimento	R\$ 592,20	R\$ 394,80	R\$ 987,00
4c	Cartão de Visita	R\$ 592,20	R\$ 394,80	R\$ 987,00
4d	Envelope	R\$ 658,20	R\$ 438,80	R\$ 1.097,00
4e	Formulário/Papel Carta/Ofício	R\$ 774,60	R\$ 516,40	R\$ 1.291,00
4f	Pasta	R\$ 834,60	R\$ 556,40	R\$ 1.391,00

5	MATERIAL IMPRESSO	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
5a	Agenda	R\$ 955,80	R\$ 637,20	R\$ 1.593,00
5b	Anexo Conta (por lâmina)	R\$ 552,60	R\$ 368,40	R\$ 921,00
5c	Book (por lâmina)	R\$ 492,60	R\$ 328,40	R\$ 821,00
5d	Broadside	R\$ 1.338,60	R\$ 892,40	R\$ 2.231,00
5e	Calendário (por lâmina)	R\$ 1.507,80	R\$ 1.005,20	R\$ 2.513,00
5f	Cancela de Estacionamento	R\$ 2.677,20	R\$ 1.784,80	R\$ 4.462,00
5g	Capas (Caderno/Catálogo/Livro/CD/DVD/ etc...)	R\$ 2.661,60	R\$ 1.774,40	R\$ 4.436,00
5h	Cardápio (por lâmina)	R\$ 312,00	R\$ 208,00	R\$ 520,00
5i	Cartão Comemorativo/Postal	R\$ 2.109,60	R\$ 1.406,40	R\$ 3.516,00
5j	Cartaz/Cartaz de Mall	R\$ 1.371,00	R\$ 914,00	R\$ 2.285,00
5k	Cinta	R\$ 1.243,80	R\$ 829,20	R\$ 2.073,00
5l	Convite	R\$ 1.763,40	R\$ 1.175,60	R\$ 2.939,00
5m	Cupom/Ficha de Inscrição	R\$ 571,80	R\$ 381,20	R\$ 953,00
5n	Diploma/Certificado	R\$ 993,60	R\$ 662,40	R\$ 1.656,00
5o	Encarte de Varejo (por lâmina)	R\$ 2.060,40	R\$ 1.373,60	R\$ 3.434,00
5p	Etiqueta/Tag	R\$ 433,80	R\$ 289,20	R\$ 723,00
5q	Folheto/Folder (por cm ²)	R\$ 4,80	R\$ 3,20	R\$ 8,00
5r	Jornal Interno/House Organ (por lâmina)	R\$ 3.148,20	R\$ 2.098,80	R\$ 5.247,00
5s	Livro Técnico/Manual/Catálogo/Cartilha (por lâmina)	R\$ 1.038,00	R\$ 692,00	R\$ 1.730,00
5t	Mala Direta/Panfleto/Flyer	R\$ 1.451,40	R\$ 967,60	R\$ 2.419,00
5u	Papel de Bandeja/Jogo Americano/ Guardanapo	R\$ 582,00	R\$ 388,00	R\$ 970,00



► produção gráfica

5	MATERIAL IMPRESSO (CONTINUAÇÃO)	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
5v	Portfólio/Relatório (por página)	R\$ 3.151,20	R\$ 2.100,80	R\$ 5.252,00
5w	Revista/Editorial (por página)	R\$ 1.242,00	R\$ 828,00	R\$ 2.070,00
5x	Santinho/Praguinha	R\$ 1.360,20	R\$ 906,80	R\$ 2.267,00

6	JORNAL	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
6a	Acima de 1/2 até 1 página	R\$ 3.141,00	R\$ 2.094,00	R\$ 5.235,00
6b	Acima de 1/4 até 1/2 página	R\$ 2.054,40	R\$ 1.369,60	R\$ 3.424,00
6c	Acima de 1/8 até 1/4 de página	R\$ 1.545,60	R\$ 1.030,40	R\$ 2.576,00
6d	até 1/8 de página	R\$ 1.033,80	R\$ 689,20	R\$ 1.723,00
6e	Encarte (por página)	R\$ 1.990,20	R\$ 1.326,80	R\$ 3.317,00
6f	Multipage	R\$ 6.165,00	R\$ 4.110,00	R\$ 10.275,00
6g	Página Dupla	R\$ 5.894,40	R\$ 3.929,60	R\$ 9.824,00
6h	Projeto Especial	Mediante orçamento específico		





7	REVISTA	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
7a	1 página	R\$ 3.007,80	R\$ 2.005,20	R\$ 5.013,00
7b	1/2 página	R\$ 1.160,40	R\$ 773,60	R\$ 1.934,00
7c	2/3 de página	R\$ 2.005,80	R\$ 1.337,20	R\$ 3.343,00
7d	Até 1/3 de página	R\$ 1.003,20	R\$ 668,80	R\$ 1.672,00
7e	Encarte Duplo	R\$ 3.123,60	R\$ 2.082,40	R\$ 5.206,00
7f	Encarte Simples	R\$ 1.990,20	R\$ 1.326,80	R\$ 3.317,00
7g	Página Dupla	R\$ 5.616,00	R\$ 3.744,00	R\$ 9.360,00
7h	Projeto Especial	Mediante orçamento específico		

8	PUBLICIDADE LEGAL	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
8a	Até 1/4 de página	R\$ 488,40	R\$ 325,60	R\$ 814,00
8b	Até 1/2 página	R\$ 975,00	R\$ 650,00	R\$ 1.625,00
8c	1 página	R\$ 1.948,20	R\$ 1.298,80	R\$ 3.247,00
8d	Página Dupla	R\$ 3.891,60	R\$ 2.594,40	R\$ 6.486,00
8e	Balanco (por página)			R\$ 4.462,00

Toda e qualquer peça, que for feita a cobrança por lâminas ou cm2, considerar o valor para cada face.

produção eletrônica

9	AUDIOVISUAL	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
9a	Audiovisual/Documentário (por minuto)			R\$ 4.099,00
9b	Filme/VT Institucional 30" (*)			R\$ 10.999,00
9c	Filme/VT Varejo 30" (*)			R\$ 5.650,00
9d	Jingle 30"/Trilha (*)			R\$ 6.647,00
9e	SMS (Texto)			R\$ 372,00
9f	Spot 30" (*)			R\$ 4.158,00
9g	Storyboard (por quadro)			R\$ 228,00
9h	Texto Merchandising/Testemunhal			R\$ 4.098,00
9i	Vinheta de Assinatura/Patrocínio (por segundo)			R\$ 443,00
9j	VT Cartela Eletrônica/Letreiro (Criação)			R\$ 3.802,00
9k	VT Cartela Eletrônica/Letreiro (Criação + Animação) - baixa complexidade			R\$ 7.213,00
9l	VT Cartela Eletrônica/Letreiro (Criação + Animação) - média complexidade			R\$ 10.820,00
9m	VT Cartela Eletrônica/Letreiro (Criação + Animação) - alta complexidade			R\$ 16.230,00

Para formatos diferentes de 30" fazer o cálculo proporcional aos segundos adicionais.
Quando houver redução de um VT original, cobrar 50% do valor em cima do valor originário.

9	GRAVAÇÃO/EDITORAÇÃO	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
9n	Apresentação em Power Point (por tela)	R\$ 492,60	R\$ 328,40	R\$ 821,00
9o	Digitalização de Imagem (valor unitário)			R\$ 148,00
9p	Editores da Tabela/Gráfico Simples	R\$ 1.174,20	R\$ 782,80	R\$ 1.957,00
9q	Geração de Arquivo jpg/pdf			R\$ 148,00
9r	Gravação em Mídia Digital			R\$ 109,00
9s	Mapa de Localização Simples	R\$ 1.535,40	R\$ 1.023,60	R\$ 2.559,00
9t	Print Formato A3			R\$ 105,00
9u	Print Formato A4			R\$ 74,00
9v	Prova Digital Formato A3			R\$ 372,00
9w	Prova Digital Formato A4			R\$ 298,00
9x	Scanner - Mínimo de 100 cm ²			R\$ 148,00
9y	Tratamento de Imagem (com montagem)*			R\$ 3.469,00
9z	Tratamento de Imagem (objeto)*			R\$ 1.224,00
9aa	Tratamento de Imagem (paisagem)*			R\$ 2.041,00
9ab	Tratamento de Imagem (seres vivos)*			R\$ 2.448,00
9ac	Vetorização de Logotipo (valor unitário)			R\$ 298,00

*Custo por foto.

▶ produção eletrônica

9	GRAVAÇÃO DE ARQUIVOS PARA VEICULAÇÃO OU TRANSMISSÃO VIA REDE - JORNAL E REVISTA	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
9ad	Página Dupla			R\$ 2.974,00
9ae	Página			R\$ 2.187,00
9af	1/2 página			R\$ 1.613,00
9ag	1/3 de página			R\$ 1.493,00
9ah	1/4 de página			R\$ 1.149,00
9ai	Valor Mínimo			R\$ 815,00

promocional

10	EMBALAGEM	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
10a	Berço (estrutura de embalagem)	R\$ 3.787,20	R\$ 2.524,80	R\$ 6.312,00
10b	Caixa de Display de Produto	R\$ 7.811,40	R\$ 5.207,60	R\$ 13.019,00
10c	Caixa de Embarque	R\$ 2.545,20	R\$ 1.696,80	R\$ 4.242,00
10d	Embalagem (adaptação)	R\$ 4.224,60	R\$ 2.816,40	R\$ 7.041,00
10e	Embalagem Amostra Grátis	R\$ 1.878,60	R\$ 1.252,40	R\$ 3.131,00
10f	Embalagem Blister/Sampling	R\$ 3.376,80	R\$ 2.251,20	R\$ 5.628,00
10g	Embalagem com Faca	R\$ 2.502,00	R\$ 1.668,00	R\$ 4.170,00
10h	Embalagem de Linha de Produto (pacote de até 5 embalagens)	R\$ 35.695,20	R\$ 23.796,80	R\$ 59.492,00
10i	Embalagem de Produto	R\$ 5.390,40	R\$ 3.593,60	R\$ 8.984,00
10j	Embalagem Mecânica	R\$ 1.503,00	R\$ 1.002,00	R\$ 2.505,00
10k	Embalagem Promocional	R\$ 5.239,20	R\$ 3.492,80	R\$ 8.732,00
10l	Embalagem sem Faca	R\$ 1.504,20	R\$ 1.002,80	R\$ 2.507,00
10m	Luva/Caixa/Envelope Especial	R\$ 2.001,60	R\$ 1.334,40	R\$ 3.336,00
10n	Mock-Ups/Protótipo (sem custos de terceiros)	R\$ 7.243,20	R\$ 4.828,80	R\$ 12.072,00
10o	Rótulo	R\$ 2.146,80	R\$ 1.431,20	R\$ 3.578,00
10p	Rótulo-Reformulação/Melhoria	R\$ 721,20	R\$ 480,80	R\$ 1.202,00
10q	Vinheta de Embalagem	R\$ 1.894,20	R\$ 1.262,80	R\$ 3.157,00

11	PONTO DE VENDA	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
11a	Ação Promocional			R\$ 9.034,00
11b	Adesivo (de A4 a 3x1metro)	R\$ 803,40	R\$ 535,60	R\$ 1.339,00
11c	Adesivo (grandes formatos)	R\$ 1.338,60	R\$ 892,40	R\$ 2.231,00
11d	Adesivo Folha A4	R\$ 535,80	R\$ 357,20	R\$ 893,00
11e	Backdrop/Fundo de Palco	R\$ 1.784,40	R\$ 1.189,60	R\$ 2.974,00
11f	Balcão Promocional	R\$ 3.123,60	R\$ 2.082,40	R\$ 5.206,00
11g	Bandeirola (por modelo)	R\$ 1.541,40	R\$ 1.027,60	R\$ 2.569,00
11h	Banner/Caveleto/Galhardete	R\$ 799,80	R\$ 533,20	R\$ 1.333,00
11i	Camiseta Especial	R\$ 995,40	R\$ 663,60	R\$ 1.659,00
11j	Crachá	R\$ 645,00	R\$ 430,00	R\$ 1.075,00
11k	Display/Display de Ponta de Gôndola/Display de Vitrine/Display de Balcão/Display de Mesa/Wobbler	R\$ 2.404,80	R\$ 1.603,20	R\$ 4.008,00
11l	Encosto de Cabeça/Capa de Cadeira	R\$ 1.541,40	R\$ 1.027,60	R\$ 2.569,00
11m	Faixa de Gôndola/Testeira	R\$ 1.159,20	R\$ 772,80	R\$ 1.932,00
11n	Forração de Gôndola/Bandô	R\$ 1.338,60	R\$ 892,40	R\$ 2.231,00
11o	Guarda-Sol	R\$ 446,40	R\$ 297,60	R\$ 744,00
11p	Infláveis (Balão/Blimp/Réplica/Roof)	R\$ 1.338,60	R\$ 892,40	R\$ 2.231,00
11q	Móvil (por face)	R\$ 1.507,80	R\$ 1.005,20	R\$ 2.513,00
11r	Placa ou Adesivo para Púlpito	R\$ 446,40	R\$ 297,60	R\$ 744,00
11s	Pórtico para Loja	R\$ 1.784,40	R\$ 1.189,60	R\$ 2.974,00
11t	Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos de Vendas (pequeno porte)*			R\$ 10.411,00
11u	Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos de Vendas (médio porte)*			R\$ 14.873,00
11v	Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos de Vendas (grande porte)*			R\$ 22.310,00
11w	Saia de Mesa/Palco	R\$ 446,40	R\$ 297,60	R\$ 744,00
11x	Tapume (por m²)	R\$ 540,60	R\$ 360,40	R\$ 901,00
11y	Totem	R\$ 2.527,80	R\$ 1.685,20	R\$ 4.213,00
11z	Troféu/Medalha	R\$ 3.256,80	R\$ 2.171,20	R\$ 5.428,00
11aa	Uniforme (simples) / Colete / Avental	R\$ 1.267,80	R\$ 845,20	R\$ 2.113,00
11ab	Urna	R\$ 4.372,20	R\$ 2.914,80	R\$ 7.287,00
11ac	Ventrola	R\$ 714,00	R\$ 476,00	R\$ 1.190,00

A finalização será cobrada à parte, nas peças que compuserem o projeto.

► promocional

11	BRINDES	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
11ad	Especiais	Mediante orçamento específico		
11ae	Simples	R\$ 734,40	R\$ 489,60	R\$ 1.224,00

11	MATERIAIS DIFERENCIADOS	CUSTO POR PROJETO
11af	Cenografia (Espetáculos/Eventos, etc)	Custo por projeto
11ag	Impressos Especiais	Mediante orçamento específico
11ah	Mock-Up Gigante (montagem de peça)	R\$ 12.041,00

projetos especiais

12	MARKETING POLÍTICO	VALOR
12a	Deputado Estadual	R\$ 114.732,00
12b	Deputado Federal	R\$ 143.341,00
12c	Prefeito Capital	R\$ 295.112,00
12d	Prefeito Interior	R\$ 114.732,00
12e	Vereador Capital	R\$ 57.517,00
12f	Vereador Interior	R\$ 28.909,00

▶ projetos especiais

12	SERVIÇOS ESPECIAIS - Por Hora (Consultoria em Comunicação/Trabalhos Especiais/ Pesquisas)	VALOR
12g	Acompanhamento de Produção e Execução de Serviços - Fora da Grande Salvador* (por hora) Em toda visita técnica, para acompanhamento de produção e execução de serviços de terceiros, poderá ser cobrada, pela agência, hora de acompanhamento, devidamente acordada com o cliente.	R\$ 148,00
12h	Acompanhamento de Produção e Execução de Serviços - Na Grande Salvador* (por hora) Em toda visita técnica, para acompanhamento de produção e execução de serviços de terceiros, poderá ser cobrada, pela agência, hora de acompanhamento, devidamente acordada com o cliente.	R\$ 148,00
12i	Analista/Assistente	R\$ 223,00
12j	Diretor	R\$ 744,00
12k	Gerente/Supervisor	R\$ 446,00
12l	Levantamento de Dados sobre o Cliente, Produtos e Concorrência e/ou Elaboração de Briefing (quando os dados não forem fornecidos pelo cliente)	R\$ 223,00
12m	Pesquisa de Bancos de Imagem/Vídeo	R\$ 298,00
12n	Visita Técnica - Atendimento fora da Grande Salvador* (por hora)	R\$ 148,00
12o	Visita Técnica - Atendimento na Grande Salvador* (por hora) Toda visita técnica, para atendimento ao cliente, terá seus gastos reembolsados, podendo a agência cobrar hora de consultoria, devidamente acordada pelo cliente, além de diárias, viagens, transporte, alimentação, comunicação em geral, etc. A agência deverá fazer um demonstrativo para ressarcimento pelo cliente.	R\$ 148,00



serviços digitais

13	ANÚNCIOS DISPLAY	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
13a	Pop up/Lightbox	R\$ 2.766,60	R\$ 1.844,40	R\$ 4.611,00
13b	Qualquer formato com animação	R\$ 3.087,60	R\$ 2.058,40	R\$ 5.146,00
13c	Qualquer formato sem animação	R\$ 1.516,80	R\$ 1.011,20	R\$ 2.528,00
13d	Rich Media	R\$ 6.103,80	R\$ 4.069,20	R\$ 10.173,00

Observação:
Formatos padrão
IAB e Rede
Display Google
(GDN) sujeitos a
alteração.
Refação –
Adicional de 40%.
Valores em Reais.

PEÇA/DIMENSÕES	PIXELS
Arranha-céu (Skyscraper)	120x600
Arranha-céu Largo (Wide Skyscraper)	160x600
Banner	468x60
Super Banner (Cabeçalho)	728x90
Super Banner Expansível	728x90-728x300
Giga Banner (Cabeçalho Grande)	970x90
Retângulo	180x150
Retângulo Médio	300x250
Retângulo Grande	336x280
Retângulo Vertical	240x400
Barra Vertical	200x446
Quadrado	250x250
Quadrado Pequeno	200x200
Meia Página (Half Page)	300x600
Outdoor (Billboard)	970x250
Dhtml/Floater	Variável, até 72.200px de área
MOBILE	
Feature Phones	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
SMARTPHONES - WEB & APPS	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstital	300x250

► serviços digitais

14	REDES SOCIAIS	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
14a	Aplicação de Moldura em Imagem (por post)			R\$ 298,00
14b	Criação de Conteúdo Textual (por post)			R\$ 446,00
14c	Criação de Coverpages e Avatars			R\$ 1.933,00
14d	Criação de Destaques para Instagram			R\$ 1.933,00
14e	Criação de Figurinhas Estáticas para WhatsApp			R\$ 967,00
14f	Criação de Filtros (estáticos e dinâmicos) para Instagram			R\$ 11.006,00
14g	Criação de Figurinhas Animadas para WhatsApp			R\$ 1.933,00
14h	Criação de Legenda e Títulos para Peças de Redes Sociais Derivadas de Campanha de Mídia Online			R\$ 446,00
14i	Criação de Publieditorial para Site, Blogs, Redes Sociais (por editorial)			R\$ 3.718,00
14j	Criação de Thumbnails Youtube			R\$ 1.933,00
14k	Criação e Animação de Reels			R\$ 2.591,00
14l	Criação e Publicação de Gifs para Stories do Instagram			R\$ 1.933,00
14m	Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema			R\$ 4.462,00
14n	Diagnóstico de T.I.			R\$ 2.231,00
14o	Gestão de Grupo do Telegram			R\$ 3.718,00
14p	Gestão de Presença - Acompanhamento, Relacionamento e Postagem de Conteúdo (até 450 interações por rede, em 3 redes: Facebook, Twitter e Instagram) (*)			R\$ 10.411,00
14q	Gestão de Tik Tok (pacote de 15 vídeos de até 45 segundos/mês)			R\$ 29.004,00
14r	Instant Articles	R\$ 1.784,40	R\$ 1.189,60	R\$ 2.974,00
14s	Personalização dos Canais: Avatar e Texto de Apresentação (about) - valor por canal			R\$ 2.974,00
14t	Planejamento de Ações em Redes Sociais (grande porte)			R\$ 14.873,00
14u	Planejamento de Ações em Redes Sociais (médio porte)			R\$ 10.411,00



▶ serviços digitais

14v	Planejamento de Ações em Redes Sociais (pequeno porte)			R\$ 7.437,00
14w	Planejamento de Conteúdo Mensal (até 40 peças para 03 redes sociais) (****)			R\$ 7.437,00
14x	Planejamento para Captação de Leads - Facebook (grande porte)			R\$ 10.411,00
14y	Planejamento para Captação de Leads - Facebook (médio porte)			R\$ 5.949,00
14z	Planejamento para Captação de Leads - Facebook (pequeno porte)			R\$ 3.718,00
14aa	Planejamento para Setup: Canais, Tipos de Conteúdo, Projeto Editorial, Identidade Visual, Estratégia para Ativação (grande porte)			R\$ 14.873,00
14ab	Planejamento para Setup: Canais, Tipos de Conteúdo, Projeto Editorial, Identidade Visual, Estratégia para Ativação (médio porte)			R\$ 11.898,00
14ac	Planejamento para Setup: Canais, Tipos de Conteúdo, Projeto Editorial, Identidade Visual, Estratégia para Ativação (pequeno porte)			R\$ 8.924,00
14ad	Post Carrossel (animação + texto)**			R\$ 4.462,00
14ae	Post Carrossel (jpg+texto)			R\$ 3.718,00
14af	Post Carrossel / Animação de Gif (por lâmina)			R\$ 967,00
14ag	Post Facebook Canvas			R\$ 3.718,00
14ah	Post Facebook Coleção			R\$ 3.718,00
14ai	Post Simples/Animação (alta complexidade)****			R\$ 4.462,00
14aj	Post Simples/Animação (baixa complexidade)***			R\$ 2.528,00
14ak	Post Simples/Anúncio de Redes Sociais (gif+texto)**			R\$ 2.528,00
14al	Post Simples/Anúncio de Redes Sociais (jpg/png+texto)			R\$ 1.933,00
14am	Post Simples/Gif**			R\$ 967,00
14an	Relatório Avulso			R\$ 2.231,00

▶ serviços digitais

14ao	Relatório de Desempenho de Redes Sociais			R\$ 2.231,00
14ap	Social e Web Analytics (por rede)			R\$ 2.231,00
14aq	Story Animado (gif + texto)			R\$ 4.462,00
14ar	Story Estático (jpg+ texto)			R\$ 3.718,00

(*) Rede adicional: 35% do valor original. Para quantidade acima de 450 interações, fazer o cálculo proporcional por interação adicional.

(**) Formato específico de compactação de imagens em várias cenas, exibindo movimento, possui, no máximo, 10 segundos, paleta de cores limitadas, sem áudio e exibidos em loop.

(***) Animação de baixa complexidade são vídeos com transições simples de tela, sem áudio e sem trilha de até 60 segundos

(****) Animação de alta complexidade são vídeos com transições de tela mais complexas, com animações de texto, movimento de objetos da cartela todo em 2d, com duração de até 2 minutos.

(*****) Para quantidade acima de 40 posts, fazer o cálculo proporcional por post adicional.

15	INBOUND MARKETING - MARKETING DE CONTEÚDO	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
15a	Atuação e Monitoramento em Inbound Marketing - cobrados mensalmente (fee)			R\$ 7.437,00
15b	Construção de Brand Persona			R\$ 3.718,00
15c	Criação de Calendário de Publicações			R\$ 4.165,00
15d	Definição de Lead Persona (por persona)			R\$ 2.974,00
15e	Planejamento de Conteúdo (funil de vendas)			R\$ 7.437,00
15f	Setup Inicial (fluxo de automação/listas de segmentação)			R\$ 5.206,00

16	MONITORAMENTO E AUDIÊNCIA	VALOR (R\$) PRODUÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
16a	Acompanhamento de Interações em Canais Proprietários (horário comercial - segunda a sexta, 08 às 18h ou 09h às 19h - diária)		R\$ 298,00
16b	Diagnóstico de Presença: Social Listening Analytics, Levantamento de Dados, Análise e Elaboração de Relatório em 3 Redes: Facebook, Twitter e Instagram)*		R\$ 9.370,00
16c	Monitoramento Concorrente (análise mensal/pontual)		R\$ 2.974,00
16d	Monitoramento de Redes Sociais (Social Listening) com Relatório Mensal Redes: Facebook, Twitter e Instagram)*		R\$ 4.165,00
16e	Relatório Parcial de Desempenho de Redes Sociais e Clipagem de Post (por relatório/redes: Facebook, Twitter e Instagram)*		R\$ 2.231,00
16f	Setup de Monitoramento		R\$ 2.231,00

*Para monitoramento nos finais de semana e feriados, cobrar adicional de 50%.

▶ serviços digitais

17	BUSINESS INTELLIGENCE	PREÇO DE REFERÊNCIA
17a	Análise de B.I. Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado, que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados, extraíndo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.	R\$ 7.437,00
17b	Análise Web Metrics (mensal)	R\$ 3.718,00
17c	Análise Web Metrics (e-commerce/mensal)	R\$ 3.718,00

18	PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	PREÇO DE REFERÊNCIA
18a	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHAS DIGITAIS A partir de briefing padrão com todas as informações referentes à campanha a ser planejada, a equipe de Planejamento, em conjunto com as equipes de B.I. e Mídia, desenvolverão o Planejamento Estratégico da Campanha, definindo: métodos de abordagem, personas, alvo da ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetos a serem atingidos.	R\$ 19.632,00
18b	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais (pequeno porte)	R\$ 2.974,00
18c	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais (médio porte)	R\$ 7.437,00
18d	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais (grande porte)	R\$ 11.898,00



▶ serviços digitais

18	GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE	PREÇO DE REFERÊNCIA
	Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	
18e	Programática Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
18f	Rede de Display Otimização das campanhas com base nos resultados dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

19	LINKS PATROCINADOS	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
19a	Planejamento de Campanhas de Links Patrocinados* (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - pequeno porte			R\$ 5.949,00
19b	Planejamento de Campanhas de Links Patrocinados/Redes Sociais* (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - médio porte			R\$ 10.411,00
19c	Planejamento de Campanhas de Links Patrocinados* (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - grande porte			R\$ 14.873,00
19d	Relatório de Campanha			R\$ 2.231,00

* Cobrar 50% do valor originário para apenas planejamento e criação ou apenas acompanhamento.

20	ADVERGAMES	PREÇO DE REFERÊNCIA
20a	Game Online Original	R\$ 11.006,00
20b	Game Online Standard	R\$ 11.006,00
20c	Mobile	R\$ 34.208,00
20d	Planejamento de Advertising in Game	R\$ 6.841,00



► serviços digitais

21	SEO	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
21a	Diagnóstico e Setup Inicial do Caixa			R\$ 6.172,00
21b	Gestão da SEO (custo por mês)			R\$ 5.057,00
21c	Planejamento			R\$ 13.386,00
21d	Relatório de Campanha			R\$ 2.231,00

22	WEBSITE	VALOR (R\$) PRODUÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
22a	Website Responsivo Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de Busca, Especificação Funcional, Arquitetura da Informação (UX), Sitemap, Wireframe, Layout e Desenvolvimento Front-End e Back-End para um novo website. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc), configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.		R\$ 27.366,00

23	HOTSITE	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
23a	Nível de Complexidade Baixa (até 4 páginas)			R\$ 19.335,00
23b	Nível de Complexidade Média (até 8 páginas e com recurso interativo - joguinho/cartão virtual ou enquete)			R\$ 23.797,00
23c	Nível de Complexidade Alta (até 12 páginas - linha do tempo, recursos sonoros, filmes)			R\$ 26.979,00



▶ serviços digitais

24	MOBILE SITE	PREÇO DE REFERÊNCIA
24a	Um Mobile Site possui as mesmas características de um website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizado em dispositivos móveis. Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de Busca, Especificação Funcional, Arquitetura da Informação (UX), Sitemap, Wireframe, Layout e Desenvolvimento Front-End e Back-End, Painel de Administração para atualização de conteúdo HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores, testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	R\$ 18.443,00
25	BLOG	PREÇO DE REFERÊNCIA
25a	O Blog nada mais é do que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido. Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de Conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale Conosco. Especificação Funcional, Arquitetura da Informação (UX), Sitemap, Wireframe, Layout e Desenvolvimento Front-End e Back-End. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 11.080,00
26	LANDING PAGE	PREÇO DE REFERÊNCIA
26a	Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão. Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação Funcional, Arquitetura da Informação (UX), Sitemap, Wireframe, Layout e Desenvolvimento Front-End e Back-End. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 11.898,00

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page: 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo. 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

▶ serviços digitais

27	E-COMMERCE	PREÇO DE REFERÊNCIA
	Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e, com base nisso, é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feito as customizações dentro dos limites da plataforma.	
27a	Complexidade Baixa	R\$ 26.771,00
27b	Complexibilidade Média	R\$ 36.885,00

Observações: 1) O preço não inclui planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos. 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte. 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

28	E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
28a	Assinatura de E-mail	R\$ 1.338,60	R\$ 892,40	R\$ 2.231,00
28b	Criação de Layout	R\$ 2.499,00	R\$ 1.666,00	R\$ 4.165,00
28c	Ferramenta de Envio (por mês)			R\$ 551,00
28d	Importação/Segmentação/Higienização de Base			R\$ 2.231,00
28e	Mensuração (por disparo)			R\$ 298,00
28f	Produção HTML			R\$ 2.231,00
28g	Setup Disparo de E-mail Marketing (20 mil e-mails)			R\$ 446,00
28h	Setup Disparo de E-mail Marketing (de 20 a 50 mil e-mails)			R\$ 744,00
28i	Setup Disparo de E-mail Marketing (de 50 a 100 mil e-mails)			R\$ 1.190,00
28j	Setup Disparo de E-mail Marketing (Acima de 100 mil e-mails)			R\$ 1.487,00



▶ serviços digitais

29	MOBILE APP	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
	Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e iOS. Especificação Funcional, Arquitetura de Informação (UX), Wireframe, Layout e Desenvolvimento Front-End e Back-End. Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci Minha Senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push Notification, Eventos, Alteração de Dados Cadastrais, Painel de Administração para Atualização de Conteúdo e APIs de Integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.			
29a	Aplicativo Original			R\$ 45.899,00
29b	Criação de Aplicativos Standard			R\$ 11.006,00
29c	Gestão de ASO (custo por mês)			R\$ 5.057,00
29d	Planejamento de Aplicativos			R\$ 6.885,00

Observação: O preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.

30	NEWSLETTER	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
30a	Criação de Layout	R\$ 4.078,20	R\$ 2.718,80	R\$ 6.797,00
30b	Disparo (20 mil e-mails)			R\$ 331,00
30c	Disparo (de 20 mil a 50 mil e-mails)			R\$ 744,00
30d	Disparo (de 50 mil a 100 mil e-mails)			R\$ 1.190,00
30e	Disparo (Acima de 100 mil e-mails)			R\$ 1.487,00
30f	Importação/Segmentação/Higienização de Base			R\$ 2.231,00
30g	Mensuração (por disparo)			R\$ 298,00
30h	Produção Editorial			R\$ 3.718,00
30i	Produção HTML			R\$ 2.231,00

▶ serviços digitais

31	WHATSAPP	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
31a	Animação de gif (alta complexidade)			R\$ 1.927,00
31b	Animação de gif (baixa complexidade)			R\$ 964,00
31c	Card (gif+texto)	R\$ 2.754,60	R\$ 1.836,40	R\$ 4.591,00
31d	Card (jpg/png+texto)	R\$ 1.927,80	R\$ 1.285,20	R\$ 3.213,00
31e	Gerenciamento de WhatsApp (custo por mês)			R\$ 4.611,00

32	SERVIÇOS ESPECIAIS (custo por hora)	VALOR (R\$) TOTAL
32a	Analista de Redes Sociais	R\$ 298,00
32b	Analista SEO	R\$ 298,00
32c	Arquiteto de Informação	R\$ 298,00
32d	Cobertura de Eventos	R\$ 2.084,00
32e	Criação	R\$ 446,00
32f	Gerenciamento de Projetos/Atendimento	R\$ 744,00
32g	Planejamento, Programação de Sistemas, Programação HTML, Motion Design	R\$ 744,00
32h	Produção de Conteúdo	R\$ 446,00

33	INFLUENCIADORES	VALOR (R\$) TOTAL
33a	Gestão de Rede de Influenciadores (complexidade baixa)	R\$ 8.924,00
33b	Gestão de Rede de Influenciadores (complexidade média)	R\$ 13.386,00
33c	Gestão de Rede de Influenciadores (complexidade alta)	R\$ 17.847,00

34	SURVEY ONLINE	VALOR (R\$) TOTAL
34a	Complexidade Baixa	R\$ 1.487,00
34b	Complexidade Média	R\$ 1.785,00
34c	Complexidade Alta	R\$ 2.231,00

CRITÉRIOS GERAIS

Os critérios seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos nº 57.690 de 1º de fevereiro de 1966 e nº 2.262, de 26 de junho de 1997.

Custos Internos

Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados neste Tabela Referencial de Custos Internos e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

Custos Externos

São todos os custos de serviços contratados com fornecedores/terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes anunciantes e que são executados sob supervisão da agência. Os honorários de Agência (taxa de 15%) incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.1.6 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP. Os honorários não incidem sobre custos internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplo: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc. Pelo Parecer Normativo PMSP 01/78 de 31 de dezembro de 1977, publicado no D.O.M.S.P de 10/08/78, os reembolsos de despesas ou outras despesas, farão parte integrante da receita tributável da Agência, não podendo, pois, serem deduzidos do preço do serviço. Assim sendo, tais reembolsos sofrem uma taxação da alíquota do ISS - Imposto sobre Serviços. Este tributo deve ser cobrado do cliente nestes casos.

Projetos Especiais

A cobrança de projetos, criação, redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nesta tabela é de livre acerto entre a agência e o cliente.





OBSERVAÇÕES

Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela agência não forem finalizados, veiculados ou cancelados sem justo motivo, a agência cobrará de acordo com esta tabela, a fim de ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção, etc.

Quando houver mudança de briefing que obrigue a agência a repensar e criar uma peça, a agência poderá cobrar até 30% sobre o custo de criação da peça.

Refazimento de arte final será cobrado o equivalente a 30% do valor total original da peça.

Os custos mínimos para campanhas de candidatos a Senador, Governador, Presidente da República ou a outros cargos eletivos não-relacionados são a combinar. Caso haja segundo turno (no caso das prefeituras), haverá um acréscimo de 50% em cima dos valores anteriormente estipulados.

Para a verificação das especificações de um arquivo final enviado diretamente pelo cliente, deverá ser cobrado 70% do valor de finalização da peça.

Para os clientes do interior do estado, os valores de referência terão uma redução automática de 30%.



Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia

Rua Senador Theotônio Vilela, nº 110,

Ed. Cidadella Center II, Sala 407

Brotas - Salvador - Bahia

CEP: 40.279-900

Telefone: + 55 71 3354 4138

www.sinaprobahia.com.br

sinaprobahia@sinaprobahia.com.br