

SUPERINTENDENCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA  
COORDENAÇÃO DE LICITAÇÃO

**Of. Circ nº 04/2016**

**REF. ERRATA - EDITAL CONCORRÊNCIA 01/2016 – Proc.SIMP 003.0.230931/2015**

**OBJETO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Salvador/Ba, 21 de junho de 2016.

Senhores interessados, fineza considerar as alterações no Anexo II-Termo de Referência do referido edital, como se segue:

**ONDE SE LÊ:**

Item 15.3 – “Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 15.2.4 deverão constar da simulação prevista na alínea ‘b’ “.

**LEIA-SE:**

Item 15.3 – “Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 15.6 deverão constar da simulação prevista na alínea ‘b’ do subitem 15.2.4”.

**ONDE SE LÊ:**

Item 15.7 – “Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 15.5:”.

**LEIA-SE**

Item 15.7- “Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 15.6:”.

PS.: Anexo edital com as correções.

Atenciosamente,

Alvaro Medeiros Filho

**Presidente da CPL**

Superintendência de Gestão Administrativa

Ministério Público do Estado da Bahia

email: [amedeiros@mpba.mp.br](mailto:amedeiros@mpba.mp.br)

email: [licitacao@mpba.mp.br](mailto:licitacao@mpba.mp.br)

telefone: (71) 3103-0112

<b>EDITAL</b>			
<b>CONCORRÊNCIA Nº 01/2016</b>			
<b>I. REGÊNCIA LEGAL</b>			
O <b>Ministério Público do Estado da Bahia</b> , CNPJ nº <b>04.142.491/0001-66</b> , através da Comissão Permanente de Licitação (CPL) designada conforme Portarias nº 1.562/2014 e nº 35/2016, publicadas no Diário de Justiça Eletrônico TJ-BA, em 08/10/2014 e 07/01/2016 respectivamente, comunica aos interessados que realizará licitação, na modalidade Concorrência, em data e horário indicados deste preâmbulo, regida pelas disposições da <b>Lei Federal nº 12.232/10</b> , da Lei Estadual nº 9.433/05 e, no que for pertinente, da Lei Federal nº 8.666/93 e da Lei Complementar nº 123/06, com suas alterações, bem como pelas condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos.			
<b>II. UNIDADE EXECUTORA</b>			
CENTRAL INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (CECOM)			
<b>III. MODALIDADE</b>		<b>IV. PROCESSO ADMINISTRATIVO</b>	
CONCORRÊNCIA Nº 01/2016		003.0.230931/2015	
<b>V. TIPO DE LICITAÇÃO</b>		<b>VI. REGIME DE EXECUÇÃO</b>	
MELHOR TÉCNICA		EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO	
<b>VII. OBJETO</b>			
<b>PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA, DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES DESTE EDITAL E ANEXOS.</b>			
<b>VIII. LOCAL, DATA E HORÁRIO DA LICITAÇÃO</b>			
<b>DATA: 19/07/2016 HORA: 14h30 LOCAL: 5ª Avenida, nº 750, Sala 116 – Prédio Sede do Ministério Público do Estado da Bahia – Centro Administrativo da Bahia – CEP 41.745-004 – Salvador – Ba.</b>			
<b>IX. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA</b>			
Unidade Gestora	Fonte	Projeto/Atividade	Elementos de Despesa
40.101.0029 e demais unidades de acordo com Anexo IV – Minuta de Contrato	100	2050 e demais de acordo com Anexo IV – Minuta de Contrato	33.90.30 / 33.90.32 / 33.90.39
<b>X. PREÇO MÁXIMO ANUAL PARA A REALIZAÇÃO DA DESPESA</b>			
R\$ 1.500.000,00			
<b>XI. ANEXOS AO EDITAL:</b>			
I – BRIEFING II – TERMO DE REFERÊNCIA III – PLANILHA DE COTAÇÃO (PCT) IV – MINUTA DE CONTRATO V – CADERNO DE DECLARAÇÕES			
<b>XII. LOCAL E MEIO DE COMUNICAÇÃO PARA ESCLARECIMENTOS SOBRE ESTE EDITAL</b>			
Endereço: Prédio sede do Ministério Público do Estado da Bahia, sito à 5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia – Salvador – BA – CEP: 41.745-004. Coordenação de Licitação: Telefax nº (71) 3103-0225/3103-0112 ; E-mail: <a href="mailto:licitacao@mpba.mp.br">licitacao@mpba.mp.br</a> <b>Dúvidas sobre especificações ou dúvidas técnicas</b> deverão ser encaminhadas para o e-mail mencionado.			

### XIII – DA PARTICIPAÇÃO

**13.1** Poderão participar desta Concorrência as **Agências de Publicidade e Propaganda com certificação de qualificação técnica de funcionamento** perante o Conselho Executivo das Normas Padrão–CENP ou perante entidade equivalente ao mesmo, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, que preencham as exigências e requisitos do Edital perante a Comissão Permanente de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia (CPL).

•

**13.2** Fica vedada a participação de cooperativas fornecedoras de mão-de-obra em virtude do objeto do contrato, por sua natureza técnica e jurídica, ser incompatível com tal forma de organização.

**13.3** Não serão admitidas a participação de empresas em consórcio; sob falência; em concordata; em dissolução ou liquidação; cumprindo suspensão temporária ou impedida de participar de licitações e contratar com o Ministério Público do Estado da Bahia ou qualquer outro órgão da Administração Estadual; declaradas inidôneas pela Administração Pública Estadual, na forma dos incisos II e III do art. 186 da Lei Estadual nº 9.433/95.

**13.4** Consoante o art. 18 da Lei Estadual nº 9.433/05, não poderá participar direta ou indiretamente da licitação, da execução de obras ou serviços e do fornecimento de bens a eles necessários: servidor ou dirigente do órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação e demais agentes públicos, assim definidos no art. 207 do mesmo diploma, impedidos de contratar com a Administração Pública por vedação constitucional ou legal.

**13.5** É vedado ao agente político e ao servidor público de qualquer categoria, natureza ou condição, celebrar contratos com a Administração direta ou indireta, por si ou como representante de terceiro, sob pena de nulidade, ressalvadas as exceções legais, conforme o art. 125 da Lei Estadual nº 9.433/95.

**13.6** É defeso ao servidor público transacionar com o Estado quando participar de gerência ou administração de empresa privada, de sociedade civil ou exercer comércio, na forma do inc. XI do art. 176 da Lei Estadual nº 6.677/94.

**13.7** As empresas que tiverem interesse pela licitação poderão adquirir o Edital, e m arquivo PDF, no portal eletrônico do Ministério Público do Estado da Bahia [www.mpba.mp.br](http://www.mpba.mp.br) > **Serviços > Licitações > Concorrência > 2016.**

### XIV – DA PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

**14.1** Empresas declaradas como pequeno porte e microempresas, serão enquadradas nas condições de participação mencionada no item **XIII**, inclusive nos termos dos artigos da Lei Complementar nº 123/06, após a classificação final dos preços propostos, na etapa de julgamento das propostas, como **critério de desempate, real ou ficto**, será dada preferência à contratação, desde que o menor preço ofertado não seja de uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

**14.2** Não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do Art. 45, da LC Nº 123/2006, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese do art. 44 da LC Nº 123/2006, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito.

**14.3** No caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem no intervalo estabelecido no Art. 44 da LC Nº 123/2006, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá usar do direito de preferência.

**14.4** Na hipótese da não-contratação nos termos previstos no caput do Art. 44 da LC Nº 123/2006, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

**14.5** O disposto no Art. 44 da LC Nº 123/2006, somente se aplicará quando a melhor oferta inicial não tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte.

**14.6** As microempresas e as empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida, dentro do Envelope de Habilitação, conforme item XIX, para fins de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, na forma do art. 43 da Lei Complementar nº 123/2006.

**14.6.1** Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo **de 05 (cinco) dias úteis**, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas, com efeito de certidão negativa, cuja comprovação será exigida somente para efeito da assinatura do contrato ou instrumentos que o substitua.

**14.6.2** A não-regularização da documentação, no prazo previsto no Art. 43, da LC Nº 123/2006, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666 de 21/06/1993, correspondente ao art. 184 da Lei Estadual nº 9.433/05 de 1º/03/2005, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

## XV – DO CREDENCIAMENTO

**15.1** O CREDENCIAMENTO é a fase que antecede a abertura dos envelopes das propostas e de habilitação, e ocorrerá no momento da abertura da sessão. Os documentos necessários para credenciamento devem ser apresentados a CPL, a saber: CARTA DE CREDENCIAMENTO ou PROCURAÇÃO; DECLARAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA; DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO, no caso de ME e EPP; DECLARAÇÃO EM FACE DA RESOLUÇÃO N.º 37/2009 DO CNMP PROCURAÇÃO; e CRC com EXTRATO DA SITUAÇÃO DO FORNECEDOR, este último em caso de opção pelo sistemas de cadastro de fornecedores da Secretaria de Administração do Estado da Bahia ou SICAF do Governo Federal.

- **15.1.1** Para as declarações mencionadas, há modelos disponíveis no **Anexo V-Caderno de Declarações**.

- **15.2** CARTA DE CREDENCIAMENTO OU PROCURAÇÃO, com **firma reconhecida** do representante legal, acompanhada de cópias autenticadas em cartório: do ato constitutivo, estatuto ou contrato social e alterações, se houver. Serão admitidas fotocópias, para que sejam autenticadas pela CPL à vista dos originais. Verificar **modelo A do Anexo V**:

- **15.2.1** Se o credenciamento for do sócio ou proprietário, apresentar cópias autenticadas em cartório do ato constitutivo, estatuto ou contrato social; e no caso das sociedades por ações,

acompanhado do documento de eleição e posse dos administradores. Admitir-se-ão fotocópias, para que sejam autenticadas pela CPL à vista dos originais.

- **15.2.2** Não será necessária a apresentação do Contrato Social se o Licitante apresentar uma **PROCURAÇÃO PÚBLICA**.

**15.3** DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA, conforme modelo B sugerido no Anexo IV- Caderno de Declaração, **fora dos envelopes da proposta comercial e de habilitação**.

- **15.4** DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO E ENQUADRAMENTO, **acompanhada** da cópia de um dos documentos **expedidos em 2016**: PEDIDO DE ENQUADRAMENTO DE EPP ou ME devidamente registrado em órgão competente **ou a** CERTIDÃO SIMPLIFICADA DA JUNTA COMERCIAL (IN DNRC nº. 103/2007, art. 8º). A declaração deve ser conforme Modelo C do **Anexo V** apenas para EPP ou ME, caso haja interesse no tratamento diferenciado de que tratam os artigos 44 e 45 da Lei Complementar nº 123/06.

- **15.5** DECLARAÇÃO EM FACE DA RESOLUÇÃO N.º 37/2009 DO CNMP- Todas as empresas participantes devem apresentar conforme **modelo D do Anexo V**.

- **15.6** Cada empresa será representada perante a CPL por apenas uma pessoa física que, devidamente identificada, será admitida a intervir nas fases de procedimento licitatório. Serão reconhecidos como Documentos de Identificação as Carteiras ou Cédulas de Identidade expedidas pelas Secretarias de Segurança Pública (RG) ou pelos Órgãos ou Conselhos de Classe (*CRM, OAB, CREA, CRP, CRC etc.*) ou *CNH* com foto ou *RNE* - Registro Nacional do Estrangeiro ou *CIE* - Carteira de Identidade do Estrangeiro. O Documento de Identificação deve estar em perfeitas condições, sem re-plastificação, com foto, de forma a permitir, com clareza, a identificação do representante indicado.

- **15.7** A não apresentação ou incorreção dos documentos de credenciamento **referidos no item 15.2 e subitens**, não excluirá a empresa interessada de participar da licitação, mas impedirá o representante de se manifestar e de responder pela empresa a qual está vinculado;

- **15.8** Os documentos referidos nos itens anteriores poderão ser apresentados a CPL em original, cópia autenticada ou cópia simples acompanhada do original, para que possam ser autenticados;

- **15.9** Todos os participantes, após o credenciamento, deverão entregar à CPL, em local, data e horário indicados no item VIII deste edital, **4 (quatro) ENVELOPES** da seguinte maneira: inicialmente 3 (três) envelopes com **Propostas Técnicas** (sendo um deles **sem** identificação); 1 (um) envelope com a **Proposta de Preço**.

- **15.10** A CPL receberá os envelopes de propostas e documentações entregues pelos próprios representantes legais dos participantes, aceitando o envio dos mesmos através de Correios ou de portadores.

## XVI – DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- **16.1** A licitante deverá apresentar em invólucros apropriados e fechados, as Propostas Técnicas estruturadas em 04 (quatro) quesitos: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, com observância no Anexo II-Termo de Referência (TR), como se segue:

#### ENVELOPE Nº 1 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA

- **16.1.1** No ENVELOPE Nº 1 deve ser considerado aquele **envelope padronizado** fornecido, **exclusivamente** pela CPL do Ministério Público do Estado da Bahia–MPBA. Os interessados na participação da presente licitação devem retirar os envelopes padronizados até o terceiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de abertura da licitação, em horário compreendido das 8h30min às 11h30min e das 14h00min às 17h30min, na 5ª Avenida, 750, sala 104, Prédio Sede do Ministério Público no Centro Administrativo da Bahia. A CPL só receberá os **ENVELOPES de Nº 1**, na forma original em que for entregue ao participante, inclusive: sem dano ou deformado pelas peças, material ou documentos, sem assinatura, rubrica, enfim: qualquer elemento que possa identificar o licitante. Neste envelope deve estar acondicionado: o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA.

- 

#### ENVELOPE Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA - VIA IDENTIFICADA

- **16.1.2** No ENVELOPE Nº 2 deverá estar acondicionado o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA, **SEM** as peças da ideia criativa.

**16.1.3** O ENVELOPE nº 2 deverá estar fechado, inviolável, com a seguinte identificação:

<p><b>ENVELOPE nº 2</b> <b>Concorrência nº 01/2016 – MPBA</b> <b>Proposta Técnica: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA</b> <b>Nome empresarial e CNPJ da licitante</b></p>
---

#### ENVELOPE Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA

- **16.1.4** NO ENVELOPE Nº 3 deverão estar acondicionados a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

**16.1.5** O ENVELOPE Nº 3 deverá estar fechado, inviolável, com a seguinte identificação:

<p><b>ENVELOPE nº 3</b> <b>Concorrência nº 01/2016 – MPBA</b> <b>Proposta Técnica: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</b> <b>Nome empresarial e CNPJ da licitante</b></p>
--

- **16.1.6** O ENVELOPE 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 Envelope nº 2.

#### XVII – DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3)

- **17.1** As Proposta Técnicas deve estar estruturadas em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, conforme está estabelecido no Anexo II-Termo de Referência(TR), a saber:.

**17.2 O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** será composto dos subquestos Raciocínio Básico; Estratégia de Comunicação Publicitária; Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia e deverá ser elaborado com base no briefing (anexo I). observadas as disposições contidas no Anexo II-TR.

**17.3 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO** - será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará em conformidade com o item 15.11 do Anexo II - TR:

**17.4 REPERTÓRIO** - O repertório é integrado por peças publicitárias criadas pela agência, produzidas e veiculadas sob sua supervisão. A licitante deverá apresentar conforme exigido no item 15.12 do Anexo II- TR.

**17.5 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÕES** - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, conforme item 15.13 do Anexo II-TR..

**17.6** A pontuação máxima que poderá ser atribuída à proposta técnica apresentada pelo participante será de 100 (cem) pontos, que corresponderá à Nota Técnica Final.

#### **XVIII – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE N.º 4)**

**18.1** O **ENVELOPE N.º 4** Proposta de Preços conterá o detalhamento exigido no item **18.2**, deverá ser apresentado a CPL com a seguinte identificação:

##### **ENVELOPE N.º 4**

- Concorrência n.º 01/2016 - MPBA
- Proposta de Preços
- Nome empresarial e CNPJ da licitante

**18.2** A Proposta de Preços deverá ser apresentada à CPL em valores percentuais acondicionada no **ENVELOPE n.º 4**, elaborada conforme ANEXO III – PCT, não manuscrita, datilografada ou impressa por meio eletrônico; redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente; com clareza; sem emendas, rasuras ou entrelinhas; datada e assinada pelo representante legal da licitante, devidamente identificado na forma de seus atos constitutivos.

**18.3** Nos percentuais de descontos e de honorários ofertados na proposta devem estar considerados e inclusos todos os custos necessários para a execução contratual, incluindo tributos, emolumentos, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais e/ou municipais.

**18.4** A validade da proposta não poderá ser inferior a **60** (sessenta) dias, a contar da data da abertura do certame.

**18.5** Serão **desclassificadas** as propostas de preços que:

- **18.5.1** NÃO atenderem as exigências do presente edital;
  - **18.5.2** CONTENHAM especificações diversas das constantes no Anexo III-Planilha de Cotação (PCT), ou que deixar de cotar qualquer de seus itens;
  - **18.5.3** CONSIGNAREM valores superiores aos praticados no mercado ou com preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do Contrato.
  - 
  - **18.5.4** Indiquem percentuais divergentes aos limites previstos para descontos e honorários .
- **18.6** É FACULTADO à CPL a correção automática da proposta, no ato da sua análise, no caso de erros de grafia referentes à modalidade, número do certame; ano de vigência e endereçamento à Autoridade.

#### **XIX – DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

- **19.1** As documentações necessárias para habilitação deverão ser apresentadas **apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas**, conforme art. 11, § 4º, XI do da Lei 12.232/2010. A CPL convocará as classificadas mediante publicação no Diário da Justiça Eletrônico do TJBa (DJ-e). As documentações devem ser em originais ou cópias autenticadas e no caso de cópia simples, devem estar acompanhadas dos originais para autenticação da CPL. As documentações para habilitação devem estar acondicionadas em **ENVELOPE**, fechado, indevassável e identificado:

#### **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

- Concorrência n º 01/2016 - MPBA
- Nome empresarial e CNPJ da licitante

**19.2** Em relação à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** serão exigidas as seguintes documentações:

- **19.2.1** REGISTRO COMERCIAL e CÉDULA DE IDENTIDADE, no caso de empresa Individual;
- **19.2.2** ATO CONSTITUTIVO, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de Sociedades Comerciais e, no caso Sociedades por Ações, também a documentação atinente à investidura de seus atuais administradores nos respectivos cargos;
- **19.2.3** INSCRIÇÃO DO ATO constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- **19.2.4** DECRETO DE AUTORIZAÇÃO, em se tratando de empresa ou sociedade ESTRANGEIRA em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.



**19.3** Em relação à **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** haverá comprovação mediante a apresentação dos seguintes documentos:

**19.4** A **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** será comprovada mediante apresentação dos seguintes documentos:

**19.4.1** CERTIDÃO DE REGULARIDADE do FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, emitida pela Caixa Econômica Federal;

**19.4.2** CERTIDÃO NEGATIVA ou positiva com efeito de negativa, de Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e a de Terceiros (INSS e Receita Federal do Brasil), emitida pela Secretaria da Receita Federal (**Obs.: a apresentação do item 19.4.3 suprirá a exigência**);

**19.4.3** CERTIDÃO NEGATIVA de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União (SRF e PGN), emitida pela Secretaria da Receita Federal, com abrangência as contribuições sociais previstas nas alíneas “a” e “d” do parágrafo único do art.11 da Lei Federal 8.212 de 24/07/91;

**19.4.4** CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS ou positiva com efeito de negativa com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante ou outra equivalente na forma da lei, dentro do prazo de validade expresso na própria certidão;

**19.4.5** CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS ou positiva com efeito de negativa com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante ou outra equivalente na forma da lei, dentro do prazo de validade expresso na própria certidão;

**19.4.6** PROVA DE INSCRIÇÃO no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

**19.4.7** PROVA DE INSCRIÇÃO no cadastro de contribuinte MUNICIPAL relativo ao domicílio ou à sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação;

**19.4.8** CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS ou positiva com efeito de negativa, em conformidade com a Lei nº 12.440/2011 e à Resolução Administrativa TST nº 1470/2011, como prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

**19.4.9** AS PROVAS DE INSCRIÇÕES referidas nos subitens “19.4.6” e “19.4.7” serão supridas com a apresentação de documentações exigidas para habilitação fiscal, desde que constem tais inscrições.

**19.5** A **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

**19.5.1** BALANÇO PATRIMONIAL E DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a situação financeira desta, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 3 (meses) da data de apresentação da proposta.

**19.5.1.1** O Balanço Patrimonial (BP) deverá ser obrigatoriamente firmado pelo Dirigente/Sócio qualificado para tanto e Contador habilitado no CRC. O licitante deve apresentar o BP com os Termos de Abertura e de Encerramento extraídos do Livro Diário, em fotocópias autenticadas. O Livro Diário deve estar registrado na Junta Comercial.

**19.5.1.2** Para as Sociedades Anônimas e outras Companhias obrigadas à publicação de Balanço, na forma da lei, cópias da publicação de:

- a) Balanço Patrimonial;
- b) Demonstração do Resultado de Exercício;
- c) Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos;

- d) Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido;  
e) Notas Explicativas do Balanço.

**19.5.2 Apresentar DEMONSTRATIVO DE ILG (ÍNDICE DE LIQUIDEZ GERAL) e de ILC (ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE), iguais ou superiores a 1,0 (um inteiro), nos termos da fórmula abaixo, aplicada sobre os valores do balanço patrimonial do último exercício social para comprovação de capacidade financeira, devidamente assinado pelo Dirigente/Sócio ou Contador.**

$\text{ILG} = \frac{\text{AC} + \text{PRLP}}{\text{PC} + \text{PNC}}$	$\text{ILC} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}}$
---	--

SIGLAS	
ILG = Índice de Liquidez Geral	PC = Passivo Circulante
IS = Índice de Solvência	PNC = Passivo Não Circulante
AC = Ativo Circulante	PET = Passivo Exigível Total (PRLP+PC)
ANC = Ativo Não Circulante	PRLP = Passivo Realizável a Longo Prazo
ACR = Ativo Conta Redutoras	ILC = Índice de Liquidez Corrente
AT = Ativo Total (AC+ANC-ACR)	PL = Patrimônio Líquido
	CS = Capital Social

**19.5.3 Caso o DEMONSTRATIVO de ILG, item 19.5.2, apresente a Situação Financeira de resultado inferior a 1 (um inteiro), a licitante, deverá possuir Patrimônio Líquido ou Capital Social mínimo, igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor estimado para a contratação à data de apresentação das propostas, na forma da lei, admitida a sua atualização com base no INPC do IBGE**

**19.5.4 Apresentar DEMONSTRATIVO DE SOLVÊNCIA E DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS** – No caso de empresa **com menos de um ano de existência**, com observância no percentual de PL ou CS exigido informado no item 19.5.5, estas deverão apresentar o Demonstrativo de Solvência e as Demonstrações Contábeis autênticas e registradas na Junta Comercial, envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência. Serão consideradas a avaliação mediante obtenção de **ÍNDICE DE SOLVÊNCIA (IS)** maior ou igual a um (> ou = a 1), conforme fórmula seguinte:

$\text{IS} = \frac{\text{AT}}{\text{PET}}$
--

**19.5.5 PATRIMÔNIO Líquido(PL) ou Capital Social(CS) mínimo exigido para esta licitação é de 8% (oito por cento) do valor estimado para a contratação, exceto, se tiver enquadrada nas condições do item 19.5.3.**

**19.5.6 CERTIDÃO NEGATIVA** de Falência ou Recuperação Judicial 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, serão considerados 90 (noventa) dias.

**19.6 A QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** será comprovada através da apresentação dos documentos:

- **19.6.1 COMPROVAÇÃO DE APTIDÃO** para o **desempenho de atividade compatível com o objeto desta licitação**, mediante declaração ou atestado expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado;

- **19.6.2** ATESTADO ou DECLARAÇÃO, no máximo 3 (três), **fornecidos por Veículo de Comunicação**, de abrangência estadual, regional ou nacional, informando o fiel cumprimento por parte da licitante dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes;
- **19.6.3** CÓPIA DO CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DE FUNCIONAMENTO de que trata o Art. 4º, Parágrafo primeiro da Lei nº 12.232/10, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

**19.7 DECLARAÇÃO** DE QUE NÃO POSSUI MENORES EMPREGADOS, que deve ser apresentado conforme modelo E do Anexo V do Caderno de Licitações.

**19.8 HABILITAÇÃO DE LICITANTES OPTANTES PELO CADASTRO DE FORNECEDORES** - Conforme opção por um dos sistemas de cadastro permitido nesta licitação: SIMPAS da Secretaria da Administração do Estado da Bahia/SAEB ou Sistema de Cadastro Unificado de Fornecedores/SICAF, a licitante ficará dispensado da apresentação dos documentos para habilitação, com a **exceção** dos documentos seguintes:

**19.8.1** CADASTRO SIMPAS/SAEB:

a) Qualificação Técnica, **item 19.6 e subitens**

**19.8.2** CADASTRO SICAF/COMPRAS GOVERNAMENTAIS

a) Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial, **item 19.5.6**

b) Qualificação Técnica, **item 19.6 e subitens**

**19.8.3** CASO EXISTA ALGUM documento vencido ou não constarem nos referidos cadastros, porém exigidos nesta Concorrência, o licitante deverá complementar o envelope de habilitação, sob pena de **INABILITAÇÃO**, com observância ainda, das situações previstas no **item 14.6** e subitens do presente edital, quando se tratar de ME ou EPP.

- **19.9** As CERTIDÕES extraídas pela internet somente terão validade se confirmada sua autenticidade.
- **19.10** As licitantes poderão ser dispensados **apenas** da apresentação dos documentos de habilitação jurídica, caso estes já constarem nos autos do procedimento licitatório na ocasião do credenciamento;
- 

## XX – DO PROCEDIMENTO

- **20.1** Esta concorrência será processada e julgada pela CPL, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão feitas pela Subcomissão Técnica.
  - **20.1.1** A abertura da licitação se dará dia, hora e local designados no preâmbulo deste Edital, na presença dos licitantes e das demais pessoas presentes ao ato público;
  - **20.1.2** Será feita a chamada dos participantes credenciados para a entrega dos envelopes mencionados neste Edital, exceto os envelopes de habilitação;
  - **20.1.3** Os envelopes padronizados, considerados **ENVELOPES 1**, serão previamente entregues pelo MPBA ao participante para acondicionamento da sua proposta técnica com a via não identificada do plano de comunicação publicitária. O participante deverá atentar que, **só**

**serão recebidos pela CPL os envelopes padronizados que NÃO apresentarem informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.**

- **20.1.4** Os integrantes da **Subcomissão técnica** não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as propostas técnicas e de preços.
  
- **20.2** As sessões públicas serão distintas, iniciando-se com o recebimento de envelopes de propostas técnicas e de preços, seguido da abertura dos envelopes 1 e 3, para que haja uma prévia análise dos conteúdos pelos membros da CPL e dos representantes das licitantes presentes. Para cada reunião realizada haverá lavraturas de atas, para registros de ocorrências pertinentes, conforme a ordem das seguintes fases: Propostas Técnicas, Proposta de Preço e Habilitação, respectivamente.
- 
- **20.3** É facultada à CPL, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligências destinadas a esclarecimentos ou a complementações para a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da documentação de Habilitação ou Propostas Técnica e de Preço.
  
- **20.4** A CPL poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
  
- **20.5** Se os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após decorrido o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados pela licitante, reserva-se ao Ministério Público, através da CPL, o direito de destruir os referidos envelopes e os respectivos conteúdos.
  
- **20.6** Uma vez abertos os envelopes apresentados, NÃO serão admitidos cancelamentos, retificações ou alterações dos seus conteúdos, que venham contrariar as condições estabelecidas neste edital.
  
- **20.7** As sessões públicas seguirão a PAUTA conforme descrita:
  
- **PRIMEIRA SESSÃO**
  - a) **CPL:** solicitar aos REPRESENTANTES presentes e credenciados que entreguem os envelopes de propostas: **n<sup>os</sup> 1, 2, 3 e 4;**
  - 
  - b) **CPL:** convidar aos REPRESENTANTES à mesa para rubricarem no fecho dos **ENVELOPES n<sup>o</sup> 2 e n<sup>o</sup> 4**, sem abri-los, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL;
  
  - c) **CPL:** abrir o **ENVELOPE n<sup>o</sup> 1** (via não identificada do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA) pela ordem do registro de frequência dos participantes, para a verificação **preliminar do seu conteúdo**, com observância relativa à existência de marcas, sinais, etiquetas ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante, após, a CPL, com observância no Art. 11, 3<sup>o</sup> da Lei 12.232/2010, reacomodará os conteúdos em **novos envelopes padronizados e sem identificação**, para que sejam encaminhados à Subcomissão Técnica;
  -

- d) **CPL**: abrir o **ENVELOPE nº 3** (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO) de cada licitante em ordem crescente do registro dos participantes na ata, após verificado que o invólucro e o seu conteúdo, não contenham informações, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária-Via Não Identificada e possibilite da autoria deste antes da abertura do **ENVELOPE N.º 2**. Após, franqueará às vistas dos presentes solicitando que rubriquem as folhas iniciais e finais, para que sejam encaminhadas à Subcomissão Técnica;
- 
- **20.7.1** Será **desclassificada** e ficará impedida de participar do restante do certame a licitante cujos documentos que compõem os **ENVELOPES N.º 1 e 3** contiverem informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a sua autoria em momento anterior à abertura do **ENVELOPE N.º 2**;
- **20.7.2** Se houver desistência expressa de **todas** as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela CPL na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem a seguir e seguintes. Caso contrário, a CPL divulgará o resultado em DJ-e TJBa, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos administrativos.
- **20.7.3** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia expressa ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, competirá a **CPL e SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, a adoção dos seguintes procedimentos:
  - a) **CPL**: encaminhamento à subcomissão técnica em **novos envelopes** padronizados e fechados, do conteúdo dos **ENVELOPE Nº 1** com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
  - 
  - b) **CPL**: encaminhamento à subcomissão técnica do conteúdo do **ENVELOPE Nº 3** referente a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
  - c) **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**: análise individualizada e julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
  - d) **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**: encaminhar à CPL:
    - **1) ATAS** elaboradas de julgamentos das propostas técnicas;
    - **2) ENVELOPES individualizados** com os documentos das propostas técnicas das vias não identificadas do Planos de Comunicação Publicitária;
    - **3) ENVELOPES** dos documentos das propostas relativas a Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
    - **4) ENVELOPE** contendo as planilhas com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

## SEGUNDA SESSÃO

- **20.7.4** Após recebimento das atas e envelopes com os documentos que se refere o item 20.7.3 “d”, a CPL convocará as licitantes participantes, através de publicidade em DJ-e do TJBa, para participação da segunda sessão pública, com a seguinte pauta:

- a) **CPL**: o presidente abrirá a sessão iniciando com a chamada dos licitantes e prosseguirá com a **leitura da ata de julgamento das propostas técnicas** recebida da subcomissão Técnica ;
- 
- b) **CPL**: será dado vistas aos presentes dos envelopes e documentos recebidos da subcomissão técnica, para verificação da forma em que foram entregues;
- 
- c) **CPL**: para proceder o COTEJO do conteúdo das propostas técnicas das **vias identificadas** em seu poder com **vias não identificadas** do Plano de Comunicação Publicitária recebidas da subcomissão, sorteará 2(dois) representantes dos licitantes entre os presentes, para fazer parte do procedimento de cotejamento, em forma ordenada, ou seja: iniciará o cotejo de acordo com a ordem crescente de participantes constante na lista de presença;
- 
- d) **CPL**: após COTEJO, franqueará aos participantes às vistas do conteúdo das propostas técnicas das **vias identificadas** com as propostas técnicas das **vias não identificadas** do Plano de Comunicação Publicitária, solicitando que rubriquem as folhas iniciais e finais.
- 
- e) **CPL**: serão exibidos gradualmente os conteúdos do **ENVELOPES Nº 3** recebidos da subcomissão técnica, dispensando aos licitantes presentes que desejarem, fazer revistas ou anotações do conteúdo da Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- 
- f) **CPL**: havendo a intenção de recorrer do resultado do julgamento das desclassificações das propostas técnicas, se houver, será dado ao interessado o prazo para apresentação das razões, conforme item **23.3**, registrando-se tais razões na ata da sessão;
- - **f.1)** no caso de manifestação de recurso, não serão divulgadas as notas contidas no invólucro fechado entregues pela subcomissão, ficando suspenso a sessão até que sejam julgados os recursos interpostos, na forma do §2º do Art. 6º da Lei 12.232/2010.
- 
- g) **CPL**: não havendo **desclassificação** de proposta técnica ou **interesse manifesto para interposição de recurso**, o que deverá constar expressamente em ata da 2ª sessão, se prosseguirá com a abertura do envelope das planilhas com as pontuações atribuídas por cada membro da **subcomissão**;
- 
- h) **CPL**: executar o sorteio quando houver empate de pontuação técnica nos critérios estabelecidos no item **22.4 e subitens** deste Edital;
- 
- i) **CPL**: proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- 
- j) **CPL**: informar aos presentes que o resultado do julgamento geral das propostas técnicas será publicado no DJ-e do TJBA com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso administrativo, conforme item XXIII do Edital.
- 
- k) Na hipótese do quanto disposto no subitem “f.1”, os procedimentos acima destacados dos subitens “h” a “j”, serão efetuados na sessão de prosseguimento, após o

juízo de recurso interposto, a abertura do envelope das planilhas com as pontuações atribuídas por cada membro da **subcomissão**.

### TERCEIRA SESSÃO (PREÇOS)

- **20.7.5** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia expressa ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos na fase de propostas técnicas, a CPL convocará as licitantes participantes através de DJ-e TJBa, para participação da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:
  - a) abrir os **ENVELOPES DE Nº 4** - Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ;
  - b) franquear as propostas aos representantes para exame;
  - c) apurar os quesitos valorados das propostas de preços com base nas fórmulas previstas no presente edital para determinação de pontuações necessárias a classificação das licitantes nesta fase.
  - d) a CPL proporá a **NEGOCIAÇÃO** iniciando pela licitante que obteve a maior NT- Nota Técnica e assim sucessivamente, para que seja ofertada a oportunidade de cobrir a proposta de preços da licitante que apresentou o menor preço nesta fase, exceto se a licitante de maior NT tenha obtido a melhor pontuação em preços.
  - e) uma vez encerrada a fase de negociação referida na alínea anterior, ainda será aplicado o previsto no item XIV, referente a prerrogativa da Lei 123/2006 em caso de empate ficto, dispensados àquelas que se declararam como ME's e EPP's no ato do credenciamento nesta Concorrência.
  - f) a CPL informará a sua decisão relativa a fase das propostas de preços e publicará a classificação das licitantes em DJ-e do TJBa, abrindo-se prazo de **5 (cinco) dias úteis** para interposição de recurso administrativo.

### QUARTA SESSÃO (HABILITAÇÃO)

- **20.7.6** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as participantes para a quarta sessão pública através de publicação no e DJ-e TJBa, deliberando que as classificadas na fase anterior apresentem os **ENVELOPES DE Nº 5**, contendo os documentos de habilitação. A quarta sessão seguirá a seguinte pauta::
  - a) a CPL abrirá os **ENVELOPES DE Nº 5** e analisará o seu conteúdo nas condições estabelecidas no presente edital e pela legislação específica, rubricando as suas folhas; e a seguir:
  - b) franqueará aos representantes das licitantes para exame e rubricas das folhas e as manifestações destes, se houver, registrando-se em ata;
  - c) informará aos presentes o resultado das habilitações e publicará em DJ-e do TJBa para conhecimento geral, abrindo-se a partir de então o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso administrativo;

- **20.8** Nos termos do § 3º do art. 97 da Lei Estadual nº 9.433/05, **se todas** as propostas forem desclassificadas ou todos os licitantes classificados forem inabilitados, poderá a Administração fixar um prazo de **8 (oito) dias úteis** aos licitantes para apresentação de nova proposta ou nova documentação, após sanadas as causas que motivaram a desclassificação ou inabilitação.
- **20.9** Os envelopes que não forem retirados pelos licitantes desclassificados no prazo de trinta (30) dias do trânsito em julgado administrativo, serão inutilizados.

## XXI – DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- **21.1 DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, **pelo menos**, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.
  - **21.1.1** A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, em data, local e horário divulgado em DJ-e TJBa, entre os nomes de uma **RELAÇÃO PRÉVIA** apresentada pela Assessoria de Publicidade da Central Integrada de Comunicação Social do MP-BA, dentre os **9 (nove) nomes propostos** para integrar a Subcomissão, em atenção ao art. 10 da Lei 12.232/2010, para que em sorteio, seja escolhido 2 (dois) integrantes de servidores do quadro do MPBA e 1 (um) profissional que não mantenha nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.
  - **21.1.2** A relação dos nomes da relação referidos nos **subitem 21.1.1** será informada à CPL através de Comunicação Interna (CI) e será **publicada no DJ-e do TJBa**, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
  - **21.1.3** Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os **subitens 21.1.1 e 21.1.2**, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.
  - **21.1.4** Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
  - **21.1.5** A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.
  - **21.1.6** A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 21.1.2** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
  - **21.1.7** O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos do item **21.1 e subitens 21.1.1 e 21.1.2**.



- **21.2** Caberá à subcomissão técnica:
  - **a)** receber da CPL as propostas técnicas–vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, **atribuindo uma ordem alfabética** para cada envelope não identificados recebidos;
  - 
  - **b)** analisar individualizadamente e julgar propostas técnicas–vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – desclassificando aquelas que estejam em desacordo com a lei ou com o presente instrumento convocatório;
  - **c)** elaborar planilhas com as pontuações atribuídas por cada membro da **subcomissão** para os quesitos de cada proposta, bem como a planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;
  - **d)** elaborar ata de julgamento das propostas;
  - 
  - e) Encaminhar a CPL em envelope fechado: as planilhas com as pontuações e as totalizações e as justificativa escrita das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso;
  - 
  - f) Encaminhar à CPL: ata de julgamento das propostas
  - 
  - g) Devolver à CPL as propostas técnicas analisadas, conforme item 21.2 “b”;
  - **h)** manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, caso seja solicitado pela CPL.
- **21.2.1** A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética da pontuação da cada membro da **subcomissão técnica**.
- **21.2.2** A **subcomissão técnica** reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos neste instrumento convocatório.
- **21.2.3** No caso do **subitem 21.2.2**, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da **subcomissão técnica**, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

## XXII – DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO

- **22.1** As propostas técnicas apresentadas de acordo com as especificações e exigências deste Edital serão classificadas pela ordem decrescente das notas finais, respeitando-se os critérios de aceitabilidade dos preços e os termos deste Edital, sendo declarada vencedora a licitante que obtiver maior Nota Final (NF).

- 
- **22.2 Serão DESCLASSIFICADAS as propostas técnicas que:**
  - **22.2.1** não atenderem às exigências do presente Edital e de seus anexos;
  - **22.2.2** não alcançarem, no total, a **nota mínima de 75 (setenta e cinco) pontos**;
  - **22.2.3** não apresentarem elementos comprobatórios pontuáveis;
  - **22.2.4** obtiverem nota inferior a:
    - **22.2.4.1** 06 (seis) pontos no subquesto Raciocínio Básico
    - **22.2.4.2** 10 (dez) pontos no subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária
    - **22.2.4.3** 12 (doze) pontos no subquesto Ideia Criativa;
    - **22.2.4.4** 06 (seis) pontos no subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia;
    - **22.2.4.5** 10 (dez) pontos no quesito Capacidade de Atendimento;
    - **22.2.4.6** 12 (doze) pontos no quesito Repertório
    - **22.2.4.7** 05 (cinco) pontos no quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- **22.3** Se a Proposta Técnica for desclassificada, será devolvido ao licitante o ENVELOPE DE N.º 4 – PROPOSTA DE PREÇO, ainda fechado, após o total esgotamento da fase recursal relativa ao julgamento das propostas técnicas.
- 
- **22.4** A Nota Técnica (NT) será atribuída pelo somatório de pontos auferidos pelos licitantes em cada um dos pontos de avaliação observando-se os parâmetros no Anexo II do Termo de Referência (TR), para PONTUAÇÃO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, obedecidos os seguintes critérios:
  - **22.4.1** Em **caso de empate na pontuação técnica** será considerado como classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Ideia Criativa. Permanecendo ainda o empate, será classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para os clientes, conteúdo do envelope nº 3, nesta ordem;
  - **22.4.2** Se ainda persistir, mesmo com a utilização dos critérios do **item 22.4.1**, o empate entre duas ou mais propostas técnicas, será observado o disposto no §2º do art. 3º da Lei Estadual nº 9.433/2005 e, permanecendo o empate, proceder-se-á o sorteio em ato público a ser realizado na própria sessão prevista na segunda sessão ou em ato público marcado pela CPL, cuja data será divulgada através de publicação no DJe do TJBa (Diário de Justiça Eletrônico do Poder Judiciário do Estado da Bahia) e para o qual serão convidadas todas as licitantes;
  - **22.4.3** Decorridos 15 (quinze) minutos da hora marcada para o sorteio, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências. Em caso de Sorteio lavrar-se-á ata específica.
- **22.5** Não tendo sido interposto recurso contra a classificação advinda da análise das PROPOSTAS TÉCNICAS com atendimento às determinações dos **itens 22.1 e 22.4 e seus subitens**, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da sessão para abertura do **ENVELOPE DA PROPOSTA DE PREÇOS**.

- **22.6** Na fase de análise das PROPOSTAS DE PREÇOS serão abertos todos os envelopes das empresas classificadas na fase de proposta técnica, acordo com o **item 22.4**, partindo-se para a **NEGOCIAÇÃO** das condições ofertadas, conforme art. 95 da Lei Estadual nº 9.433/2005. Os critérios estão definidos no **item 20.7.5** do presente edital.

- 

- **22.7** As PROPOSTAS DE PREÇOS das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

- **22.8** Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o ANEXO III – PCT, ressalvado que, não será aceito nenhum PERCENTUAL em desacordo com os tetos ou as faixas de incidência ali previstas.

- **22.9** A NOTA DA PROPOSTA DE PREÇOS será calculada pela CPL, apurado os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a tabela a seguir:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre a tabela vigente de valores referenciais de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado da Bahia – SINAPRO/BA, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.	$P1 = 0,7 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos.	$P2 = 0,2 \times (15 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de empréstimo de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela CONTRATANTE.	$P3 = 0,06 \times (15 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias.	$P4 = 0,04 \times (15 - \text{honorários})$

- 

- **22.11** A proposta de preços deverá ofertar: **para o Item 1 do PCT**, o desconto a ser ofertado deverá ser de 20% (vinte por cento) até 50% (cinquenta por cento); **para o item 2 do PCT**, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento); **para o item 3 do PCT**, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento); **para o item 4 do PCT**, deverão estar inclusos as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; intérpretes; artistas plásticos, ilustradores e demais categorias artísticas. Os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

- 

- **22.12** 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 à Valoração, sem o símbolo ‘%’.

- **22.13** A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela acima, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ . Para fins de apuração das notas de cada Proposta de Preços, **serão consideradas 4 casas decimais**.

- 

- **22.14** A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

- **22.15** Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: a) o **maior** percentual de desconto no item 1 do PCT; b) o **menor** percentual de honorários no item 2 do PCT; c) o **menor** percentual de honorários no item 3 do PCT; d) o **menor** percentual de honorários no item 4 do PCT.

### XXIII – DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

**23.1** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o edital por irregularidade na aplicação da Lei Estadual nº 9.433/05, perante a autoridade máxima do órgão ou entidade licitante, devendo protocolar o pedido até o 5º (quinto) dia útil antes da data fixada para a abertura dos envelopes das propostas, excluindo-se deste prazo a data da abertura.

**23.1.1** Os esclarecimentos deverão ser encaminhados para o e-mail [licitacao@mpba.mp.br](mailto:licitacao@mpba.mp.br) respeitando o prazo mencionado;

**23.1.2** As impugnações deverão ser apresentadas por escrito com cópia do documento de identificação do mesmo; subscrita por representante habilitado legalmente com procuração comprobatória com poderes para tanto, sendo devidamente protocoladas no Protocolo Geral do Ministério Público, endereço constante no item XII do Edital, respeitando-se os prazos mencionados;

**23.1.3** A impugnação feita tempestivamente pelo licitante não o impedirá de participar do processo licitatório até que seja proferida decisão final na via administrativa.

**23.2** Decairá do direito de impugnar as falhas ou irregularidades do edital perante a Administração o licitante que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder à data prevista no edital para recebimento dos envelopes e início da abertura dos envelopes das propostas, hipótese em que tal impugnação não terá efeito de recurso..

**23.3** Na forma do art. 202 da Lei Estadual nº 9.433/05, caberá RECURSO, com suas razões apresentadas por escrito, subscrito por representante habilitado legalmente com procuração comprobatória com poderes para tanto, sendo devidamente protocolados no Protocolo Geral do Ministério Público, prédio-sede no CAB, cujo endereço consta no item XII do Edital, até às 18:00 horas do quinto dia útil da decisão, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

**23.4** Não serão conhecidas impugnações de edital e recursos administrativos:

**23.4.1** apresentados fora do prazo legal;

**23.4.2** subscritos por representante não habilitado legalmente para responder pelo proponente;

•

**23.5** Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados na sala 104, da Coordenação de Licitação-Ministério Público-prédio sede no CAB, sito na 5ª Avenida, 750, Centro Administrativo da Bahia – Salvador/BA, antes da adjudicação e a subsequente homologação do resultado.

• **23.6** Na forma do art. 202, § 1º da Lei Estadual nº 9.433/2005, as decisões referentes a este procedimento licitatório serão comunicadas aos proponentes mediante publicação de seu extrato no Diário da Justiça Eletrônico (DJ-e) do TJBa, sendo franqueada ao licitante, vista dos autos, na Coordenação de Licitação- sede do Ministério Público do Estado da Bahia, no CAB, mediante pedido formal do representante legalmente habilitado.

#### **XXIV – DO INSTRUMENTO CONTRATUAL**

**24.1** Homologada a licitação, o adjudicatário será convocado, preferencialmente por meio eletrônico, para assinatura do contrato no prazo de até 10 (dez) dias, a contar da data da convocação, sob pena de decair seu direito à contratação, podendo solicitar sua prorrogação por igual período, por motivo justo e aceito pela Administração, respeitado o prazo descrito no art. 124, § 3º da Lei Estadual – BA nº 9433/2005.

**24.2** A assinatura do instrumento contratual deverá ser realizada pelo representante legal ou mandatário com poderes expressos.

**24.3** As demais disposições contratuais constam do **ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO**.

#### **XXV – DA EXECUÇÃO, RECEBIMENTO, PAGAMENTO, GARANTIA, REAJUSTES, VIGENCIA**

**25.1** As condições gerais para a execução do objeto, recebimento, pagamento e demais elementos contratuais, entre outros e as obrigações das partes, estão estabelecidas no **ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO**.

#### **XXVI – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

- **26.1** Ao participar da licitação, a licitante declara sob as penalidades da Lei, a inexistência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista, entre si e os responsáveis pela licitação, quer direta ou indiretamente.

- **26.2** A apresentação de proposta para esta licitação implica na aceitação integral e irrevogável dos termos deste Edital e seus anexos, bem como do quanto disposto na Lei nº 12.232/2010.

- 

- **26.3** A adjudicação da presente licitação não vincula, necessariamente, sua subsequente contratação, podendo o Ministério Público, revogar o processo licitatório, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivado de fato superveniente devidamente comprovado; ou anular, por ilegalidade, de ofício ou por provocação mediante ato escrito e fundamentado, disponibilizando, nestas duas hipóteses (revogação e anulação), todos os atos do processo no sistema, para conhecimento amplo dos participantes da licitação.

- **26.4** A fraude de qualquer documento apresentado, ou a inverdade das informações nele contidas, implicará a imediata desclassificação do proponente que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido o vencedor, a rescisão do contrato ou do pedido de compra, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

- **26.5** É facultado a CPL ou à autoridade a esta superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo.

- **26.6** Os proponentes intimados para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais deverão fazê-lo no prazo determinado pela CPL, sob pena de desclassificação/inabilitação.

- **26.7** Os erros materiais considerados irrelevantes, ou seja, os erros de fácil constatação, perceptíveis à primeira vista, a olhos nu, que não carecem de maior exame para detectar que há desacordo entre a vontade e o que de fato foi expressado no documento, poderão ser saneados pela CPL e registrando-se em ata pertinente, excetuando-se àqueles de competência da subcomissão técnica.

**26.8** Os casos omissos que por ventura forem detectados neste Edital serão resolvidos pela CPL do Ministério Público do Estado da Bahia, com base na legislação em vigor.

**26.9** As decisões da CPL, notificações, intimações e demais atos administrativos referentes a este processo licitatório para conhecimento dos participantes e do público, serão realizadas preferencialmente por publicação em Diário da Justiça Eletrônico do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia (DJe do TJBa) ou, na ausência deste, por qualquer outro meio publicável.

- 
- **26.10** Fica designado o foro da Cidade de Salvador, Capital do Estado da Bahia – Brasil, para julgamento de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital, renunciando as partes a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.
- 
- Salvador/Ba, 31 de maio de 2016.

**Frederico Welington Soares Filho**

- Superintendente de Gestão Administrativa

•

•  
•

**ANEXO I – BRIEFING**

## **1. INTRODUÇÃO**

Este *briefing* constitui-se em uma peça informativa de suporte para a elaboração da proposta técnica a ser apresentada pelas empresas interessadas na presente licitação.

A campanha simulada será desenvolvida para efeito exclusivo de julgamento da presente licitação, não gerando, para o MPBA, obrigação de executá-la no futuro.

## **2. CARACTERIZAÇÃO**

O Ministério Público define-se como órgão constitucional autônomo, inserido entre as funções essenciais à prestação jurisdicional, incumbido de zelar pela defesa da ordem jurídica, dos interesses sociais e individuais indisponíveis e do próprio regime democrático. O Ministério Público não deve subordinação a nenhum dos três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) nem pode ser identificado simplesmente como o titular da ação penal pública. Cumpre uma função de controle e uma função de promoção ativa de interesses protegidos pelo direito positivo. Para exercer essas relevantes funções públicas, os membros da Instituição gozam de prerrogativas de independência funcional equiparadas às dos membros da magistratura. A Instituição goza de autonomia administrativa e financeira, exercendo a iniciativa privativa dos projetos de lei sobre a definição dos direitos, deveres, prerrogativas e subsídios de seus membros e dos vencimentos do seu pessoal de apoio.

O Ministério Público do Estado da Bahia tem a ética, a democracia, a transparência, o respeito e a moralidade como matéria prima de sua comunicação e encara a informação dos atos, dela emanados, como um dos seus deveres para com os cidadãos. Para tanto, utiliza-se das suas áreas de Imprensa e Publicidade para fazer chegar à população os fatos do dia-a-dia. Porém, nem sempre este objetivo é atingido, uma vez que os meios de comunicação não são obrigados a publicar informações que não sejam pagas ou de seu interesse no momento. Sendo assim, muitas vezes, faz-se necessária a utilização de espaço comercializável, na mídia, para cumprir o seu dever de informar.

O Ministério Público do Estado da Bahia, atualmente, se subdivide em 10 (dez) áreas de atuação (Direitos Humanos; Cível, Fundações e Eleitoral; Consumidor; Criminal; Criança e Adolescente; Meio Ambiente; Segurança Pública e Defesa Social; Educação; Proibidade Administrativa e Moralidade Pública e Saúde), cujos detalhes podem ser obtidos no portal [www.mpba.mp.br](http://www.mpba.mp.br), na Internet.

Missão: Defender a sociedade e o regime democrático para garantia da cidadania plena.

Visão: Ser reconhecido como uma instituição de excelência, indutora do respeito aos direitos fundamentais e interesses sociais.

### **2.1 Racismo**

O recorrente preconceito de ordem étnica e racial na sua forma institucionalizada se constitui num modo insidioso de violação dos Direitos Humanos, uma das áreas de atuação desta instituição.

Segundo o Estatuto da Igualdade Racial e de Combate à Intolerância Religiosa do Estado da Bahia, racismo é a ideologia baseada em teorias e crenças que estabelecem hierarquias entre raças e etnias e que historicamente tem resultado em desvantagens sociais, econômicas, políticas, religiosas e culturais para pessoas e grupos étnicos raciais específicos por meio da discriminação, do preconceito e da intolerância.

A Bahia é o estado mais negro do país e, ainda assim, persiste a desigualdade de oportunidades para a população negra nas esferas econômica, política, social e cultural, somada ao difícil acesso ao sistema de Justiça.

O Ministério Público do Estado da Bahia instituiu, em 2014, uma política pública de ação afirmativa por meio de projeto especial: “Programa de Promoção da Igualdade Racial e Combate ao Racismo” (Ato nº 544/2014). Uma das primeiras iniciativas do programa foi o estabelecimento de percentual de vagas para a população negra nos concursos e processos seletivos da Instituição.

O programa tem como objetivo o ajuste e implementação de políticas públicas, ações afirmativas e outras medidas administrativas, com vistas ao combate ao racismo, a promoção da igualdade racial, nos campos da Segurança Pública, do acesso à Justiça e pela melhoria dos serviços prestados.

Foram consideradas, dentre outras medidas, as alterações legislativas advindas com a sanção da lei que instituiu o Estatuto da Igualdade Racial e Combate à Intolerância Religiosa do Estado da Bahia e as estratégias de reestruturação e combate à discriminação racial e articulação ou promoção da implementação de políticas públicas básicas de promoção da cidadania e redução das desigualdades em todo estado, previstos no Plano Geral de Atuação do Ministério Público estadual.

Além disso, o MP da Bahia considerou as deliberações do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) e das Procuradorias Gerais de Justiça nos Estados que, em observância ao protocolo de intenções pactuado com a União e outros conselhos, recomendou, entre outras coisas, o fomento à expedição do ato normativo cabível visando a implementação de políticas de ação afirmativa para ingresso de negros nos quadros de membros, servidores e estagiários da instituição.

O MP da Bahia já havia adotado, em 2006, políticas afirmativas no processo de seleção de estagiários de nível médio e superior. Agora, elas se estendem para os concursos de membros e servidores da Instituição.

### 3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

#### 3.1 Geral

Promover o espírito de igualdade entre raças.

#### 3.2 Específicos

3.2.1 Combater o racismo;

3.2.2 Valorizar a população negra;

3.2.3 Promover a marca do Ministério Público do Estado da Bahia.

### 4. REFERÊNCIAS-

- Lei Federal nº 12.288, de 20 de julho de 2010 - Estatuto da Igualdade Racial
- Lei nº 20785/2014 - Estatuto da Igualdade Racial e de Combate à Intolerância Religiosa do Estado da Bahia
- **Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989** - Define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, Capítulo IV, Seção I
- Lei Orgânica do Ministério Público do Estado da Bahia – Lei Complementar Nº 11 de 18 de janeiro de 1996
- Plano Estratégico do Ministério Público  
([http://www.mpba.mp.br/eventos/2011/maio/planoestrategico/Plano\\_Estrategico\\_2011\\_2023\\_MP\\_BA.pdf](http://www.mpba.mp.br/eventos/2011/maio/planoestrategico/Plano_Estrategico_2011_2023_MP_BA.pdf))
- Ato Normativo nº 544/2014 do Ministério Público do Estado da Bahia

### 5. PÚBLICO-ALVO:

A campanha deverá ter conceito que se desdobre junto aos seguintes públicos:

- Sociedade:
  - a) Jovens, adultos e idosos na faixa etária de 16 a 80 anos;
  - b) Ambos os sexos;
  - c) Todas as classes sociais.
- Atores sociais: sociedade civil organizada, ONGs, associações, coletivos de negros e negras, blocos afro que têm trabalhos sociais, religiosos de matriz africana, professores, estudantes e agentes públicos principalmente de prestação de serviços de saúde e educação e do setor privado do comércio, imprensa, dentre outros.



## **6. A CAMPANHA**

A campanha deve enviar uma mensagem positiva, de busca por igualdade de oportunidade entre raças, no sentido de superar o racismo, valorizar o papel do negro na sociedade e aprimorar a democracia.

A campanha deve contribuir para reverter representações negativas da pessoa negra, que sustentam as ações de negação simbólica e as diversas formas de violência, bem como reconhecer e valorizar a história e a cultura negra em suas formas de existência e resistência. Deve ser simples e acessível a todas as camadas sociais. Deve ser criativa, sensível, respeitosa e eficaz.

A campanha deverá ter, no mínimo, ações de massa (televisão e rádio, entre outras), ações online, monitoramento e intervenção em mídias sociais e ações educativas para o ensino médio e ensino fundamental. A impressão do material gráfico proposto, assim como a produção e veiculação do material televisivo e radiofônico estão incluídas no valor da licitação. Para a campanha, os recursos de comunicação do MPBA poderão ser utilizados, tais como: sites de internet e intranet, e usuários institucionais de mídias sociais.

## **7. PRAÇA**

Estado da Bahia, contemplando a capital, região metropolitana e o interior, especialmente as cidades-sede das Promotorias de Justiça Regionais do Ministério Público: Alagoinhas, Barreiras, Bom Jesus da Lapa, Brumado, Camaçari, Euclides da Cunha, Eunápolis, Feira de Santana, Guanambi, Ibotirama, Ilhéus, Irecê, Itaberaba, Itabuna, Itapetinga, Jacobina, Jequié, Juazeiro, Paulo Afonso, Porto Seguro, Santa Maria da Vitória, Santo Antônio de Jesus, Seabra, Senhor do Bonfim, Serrinha, Simões Filho, Teixeira de Freitas, Valença e Vitória da Conquista.

## **8. PERÍODO DA AÇÃO DE COMUNICAÇÃO**

Deverá ser realizada pelo período de 30 (trinta) dias, devendo a agência indicar o período de realização da campanha, compreendido dentro do ano de vigência da execução do contrato.

## **9. INVESTIMENTO PARA O PROJETO**

No cálculo da alocação dos valores para criação, finalização, produção e veiculação das peças da campanha de que trata este *briefing*, a agência utilizará como referencial uma verba fictícia de R\$300.000,00 (trezentos mil reais).

•

- 
- 
- 
- 

• ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA

**TERMO DE REFERÊNCIA  
CONTRATAÇÃO DO SERVIÇO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE**

**1. OBJETO**

1.1 Contratação de serviços de publicidade, por meio de agência especializada na prestação de serviços que envolvam conjunto de atividades realizadas integralmente 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

1.2 Os serviços de publicidade que comportam terceirização são as atividades complementares aqueles serviços especializados pertinentes:

1.2.1 ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

1.2.2 à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.2.3 à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**2. JUSTIFICATIVA**

2.1 O Ministério Público do Estado da Bahia utiliza a publicidade e a propaganda como meios auxiliares importantes na divulgação de suas atividades junto à sociedade. Por meio de campanhas e esforços individualizados e pontuais, o MPBA tem conseguido orientar a população sobre os seus direitos, bem como defender a manutenção da ordem jurídica, o regime democrático e lutar pelos interesses sociais e individuais indisponíveis. A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica a menor custo, trará ganhos para a instituição por oferecer condições que permitirão dar ainda maior visibilidade aos temas das campanhas e o uso racional dos recursos destinados a este fim. O MPBA deseja que as campanhas sejam instrumentos de construção e reforço da cidadania e dos Direitos Humanos, inculcando na sociedade a importância da participação de todos na construção de um Estado desejado. Almeja também dar transparência aos efeitos da administração pública.

**3. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

3.1 As despesas para o pagamento deste contrato correrão por conta dos recursos da Dotação Orçamentária a seguir especificada:

Cód. Orçamentária/Gest ora	Unidade Ação (P/A/OE)	Região	Destinação de Recursos	Natureza da Despesa
40.101.0004	4801/4802/6968/7352/7353/7354/7360	9900	100	339030 339032 339039
40.101.0006	4754/4756/4757/7306			
40.101.0007	3594/4799/6984/7331/7333/7885/4309			
40.101.0008	4792/4795/6268			
40.101.0009	4775/4775/4777/4778/4779/4780/4798/6271/7318/7319/7320			
40.101.0010	4764/4765/4769/4770			
40.101.0011	4738/4741/4742/4743/4751/7303			
40.101.0012	6612			

40.101.0014	6265			
40.101.0015	4732/4733/47354736/47376269/7302			
40.101.0017	7323/7324/7325/7328/7329/7355/7358/7359			
40.101.0018	6269			
40.101.0019	4753/4755/4758/7305			
40.101.0020	2626/4744			
40.101.0027	7332			
40.101.0029	2050			

#### 4. REGIME E FORMA DE EXECUÇÃO

4.1 O Regime de Execução é de Empreitada por Preço Unitário.

4.1.1 O tipo de licitação é Melhor Técnica.

4.2 A execução será acompanhada e fiscalizada pela Assessoria de Publicidade da Central Integrada de Comunicação Social (CECOM).

4.3 O serviço deverá ser executado seguindo todas as orientações e exigências da Ordem de Serviço ou as especificações determinadas pela Assessoria de Publicidade.

4.3.1 O pedido de criação/produção para a agência surge a partir da necessidade da Assessoria de Publicidade e/ou demanda de alguma Unidade Gestora. Enviamos um e-mail para formalizar o pedido ou de forma presencial, por meio de reunião.

- Pedido de criação: A agência, seguindo os prazos estabelecidos no contrato, nos envia a criação por e-mail ou agenda uma reunião para apresentação da(s) peça(s). Caso a peça não seja aprovada, segue para refação ou alteração, tendo como prazo máximo o mesmo da criação inicial.
- Pedido de produção (terceiros): É enviado via e-mail uma Ordem de Criação (OC) juntamente com os três orçamentos. Se o orçamento for aprovado, enviamos a OC assinada (escaneada) por e-mail autorizando a produção. O prazo de entrega do material vem descrito na OC.

4.4 No caso de os serviços não estarem em conformidade com o solicitado, o fato será comunicado à empresa ganhadora, discriminando as providências imediatas, ficando a mesma cientificada da obrigação de sanar as irregularidades apontadas e de que estará desde então notificada e, conforme o caso, passível das sanções cabíveis.

4.5 Sanadas as falhas apontadas na execução dos serviços, a empresa deverá submeter o mesmo já corrigido à nova verificação para análise e aprovação.

4.6 A Assessoria de Publicidade poderá suspender ou mandar paralisar o serviço em andamento que não esteja sendo executado dentro das exigências e das orientações emitidas por esta.

4.7 O prazo de execução dos serviços internos, a contar da data da efetiva da ordem de serviço, será de conforme anexo IV.

4.8 Os prazos de produção de serviços efetuados por terceiros serão acordados entre as partes, observando os prazos determinados para a apresentação de serviços internos determinados no anexo IV, podendo ser dilatados mediante justificativa e concordância por parte da Assessoria de Publicidade.

4.9 Os prazos serão contados a partir da data de aprovação do serviço solicitado.

4.10 Os serviços serão executados de acordo com os prazos previstos e as alterações necessárias no cronograma de execução ficarão condicionadas à prévia autorização por escrito da Assessoria de Publicidade.

#### 5. DO CUSTO E DO PAGAMENTO

5.1 Os faturamentos referentes aos serviços solicitados serão efetuados mediante apresentação de Nota Fiscal Eletrônica de serviços pela empresa contratada após a execução de cada serviço, devidamente atestada a execução contratual pela Assessoria de Publicidade, assegurando-se para sua quitação um prazo de 08 (oito) dias úteis a contar da data de aprovação da fatura pela unidade fiscalizadora do contrato, com observância às condições seguintes:

5.1.1 Havendo alguma pendência impeditiva do pagamento, será considerada data da apresentação da fatura aquela na qual ocorreu a regularização da pendência por parte da empresa contratada;

5.1.2 As faturas serão acompanhadas da documentação probatória relativa ao recolhimento dos impostos relacionados com a prestação do serviço, do mês anterior à aprovação da Ordem de Serviço, se for o caso;

5.2 Obedecendo ao art. 15 da Lei nº. 12.232/2010, os custos e as despesas de veiculação apresentados ao MPBA para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo; de sua tabela de preços; da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes; de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

5.3 A Nota Fiscal emitida por terceiros – que deverá ser anexa à Nota Fiscal do serviço prestado pela contratada – será emitida em nome do Ministério Público do Estado da Bahia, aos cuidados da contratada.

5.4 A **CONTRATADA** deve apresentar, quando solicitado pela contratante, a comprovação do adimplemento de encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais referente ao momento da contratação do serviço.

5.5 Somente pessoas físicas e jurídicas cadastradas junto à Secretaria de Administração do Estado da Bahia – SAEB ou SICAF do Governo Federal, fato comprovado por meio de Certificado de Registro Cadastral – CRC ou Certificado de Registro Simplificado – CRS; Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, do Governo Federal, ou instrumento equivalente, poderão fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto descrito neste Termo.

5.5.1 A agência contratada e, por eventualidade, os subcontratados (exceto veículos de comunicação) precisam apresentar as seguintes certidões: Receita Municipal, Receita Estadual, Receita Federal (Dívida Ativa da União), Previdenciária, FGTS e Trabalhista.

5.6 Veículo de comunicação não é considerado atividade complementar para fins do cadastramento e demais exigências previsto no art. 14, *caput*, da Lei nº 12.232/2010.

5.7 Pelos serviços internos da agência, realizados sem envolvimento de terceiros, a agência receberá o valor decorrente do desconto ofertado em licitação sobre valor constante do Catálogo de Custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia – SINAPRO/BA para cada serviço.

5.7.1 Quando a campanha solicitada reunir diversas peças gráficas previstas no Catálogo de Custos vigente da SINAPRO-BAHIA, deverá ser considerado para pagamento o custo base relativo à criação acrescido do custo da finalização da peça de maior valor, incidindo o desconto previsto no **item 5.7**. Para as demais peças gráficas, será considerado apenas o valor relativo ao custo de finalização, incidindo o desconto previsto no **item 5.7**.

5.8 Pelos serviços de produção realizados por terceiros, decorrentes de **estudos ou criação intelectual** realizados pela agência, esta receberá honorários conforme ofertado em licitação incidente sobre os custos de tais serviços.

5.9 Pelos serviços de produção realizados por terceiros – quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos, sem estudo ou criação intelectual do material a ser produzido – ela receberá honorários conforme ofertado em licitação incidente sobre os custos de tais serviços.

5.10 Pelo empréstimo/cessão de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, a agência receberá honorários, conforme ofertado em licitação incidente sobre os custos de tais direitos.

5.10.1 Na reutilização de peças, quando o valor pago aos detentores dos direitos patrimoniais de uso foi referente à cessão/empréstimo de uso de obras, da voz e de imagem incorporadas às peças publicitárias, o percentual máximo a ser pago pelo MPBA será de até 50% (cinquenta por cento) sobre o valor pago inicialmente por tanto.

5.11 Pelo cachê de expressão artística necessária às peças publicitárias, a agência receberá honorários conforme ofertado em licitação incidente sobre os custos de tais direitos.

5.11.1 Considerar-se-á como expressão artística as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; intérpretes; artistas plásticos; ilustradores e demais categorias artísticas;

5.11.2 Na reutilização de peças, o percentual máximo a ser pago, incluindo os direitos autorais de imagem, som e voz – será de até 50% (cinquenta por cento) sobre o valor do cachê original.

## **06. RECEBIMENTO E CRITÉRIO DE ACEITAÇÃO DO OBJETO**

6.1 O MPBA, por meio do responsável pela Assessoria de Publicidade, ou por servidor designado pela mesma, será responsável por fiscalizar e notificar a contratada sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução dos serviços.

6.2 A fiscalização dos serviços pela Assessoria de Publicidade não desobriga a contratada de sua responsabilidade quanto a sua perfeita execução, sendo que a ação ou a omissão total ou parcial dos atos da fiscalização por parte da Assessoria de Publicidade, não eximirá a contratada da total responsabilidade dos serviços ora contratados.

6.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Assessoria de Publicidade.

6.4 A contratada adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

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

6.6 A Assessoria de Publicidade reserva-se ao direito de rejeitar, no todo ou em parte, qualquer serviço executado equivocadamente ou em desacordo com as orientações passadas.

## **7. VIGÊNCIA**

7.1 O prazo contratual é de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, se houver interesse das partes, mediante aditamento contratual, nos termos do art. 140, II da Lei Estadual nº 9.433/05.

## **8. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL**

8.1 Esta licitação obedecerá às disposições das Leis Federais nº 12.232/10 e 9.610/98, da Lei Estadual nº 9.433/05, e, no que for pertinente, da Lei Federal nº 8.666/93 e Lei Complementar nº 123/06.

## **9. GARANTIA CONTRATUAL**

9.1 A empresa vencedora contratada deverá prestar garantia de 5% (cinco por cento) do valor do contrato e as posteriores renovações, se houver, podendo optar por uma das modalidades previstas art. 136 da Lei nº 9.433/2005, a saber:

9.1.1 caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública;

9.1.2 seguro-garantia;

9.1.3 fiança bancária.

9.2 A empresa contratada deverá apresentar garantia ao Ministério Público, conforme item anterior, até o vigésimo dia após a publicação do resumo do contrato no Diário da Justiça Eletrônico (DJ-e) do Poder Judiciário do Estado da Bahia ou em periódico equivalente.

9.3 A garantia somente será restituída a empresa contratada após o integral cumprimento de todas as obrigações contratuais, no prazo de 30 (trinta) dias.

9.4 A restituição da garantia será procedida após o término do contrato. A empresa contratada não poderá estar inadimplente com as obrigações trabalhistas e previdenciárias dos seus empregados.

9.5 A empresa contratada fica obrigada a repor o valor da garantia quando essa for utilizada para cobertura de multas, desde que não tenha havido rescisão do contrato.

## **10. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

A CONTRATADA obriga-se a:

10.1 Elaborar serviços de publicidade e propaganda, no preço e prazo estipulados, de acordo com as especificações determinadas pela Assessoria de Publicidade, dentro da boa técnica e dos padrões usuais em trabalhos dentro deste gênero e vulto;

- 10.2 Acatar as orientações e o gerenciamento dos trabalhos por parte da equipe técnica da Assessoria de Publicidade do MPBA;
- 10.3 Responsabilizar-se pela perfeita execução dos serviços objeto do Contrato, não podendo eximir-se, ainda que parcialmente, da responsabilidade atribuindo quaisquer falhas ou deficiências a defeitos ou falta de materiais, garantindo, portanto, um serviço de primeira qualidade;
- 10.4 Obter a aprovação prévia da Assessoria de Publicidade, por escrito, para assumir quaisquer despesas de criação e finalização; produção; veiculação e outras relacionadas com o objeto do Contrato;
- 10.5 Os layouts e roteiros das peças produzidos pela contratada deverão ser enviados para aprovação, preferencialmente por meio digital (e-mail), no(s) formato(s) solicitado(s) pela Assessoria de Publicidade;
- 10.6 Encaminhar, imediatamente após a produção dos serviços ou em periodicidade a combinar, para constituir o acervo da Assessoria de Publicidade, sem ônus para este:
- 10.6.1 TV e Cinema: uma cópia em XDCam HD, Betacam, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;
- 10.6.2 Internet: uma cópia em mídia (CD/DVD), com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- 10.6.3 Rádio: uma cópia em mídia (CD/DVD), com arquivo áudio e mp3;
- 10.6.4 Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD/DVD, com arquivos em alta resolução, abertos e finalizados, com as fontes utilizadas, após a conclusão dos serviços;
- 10.7 Inserir os arquivos referidos no item 10.5 no 'FTP' da Assessoria de Publicidade, após a conclusão dos serviços, quando solicitado pela mesma;
- 10.8 Enviar preposto(s) para reuniões com o Ministério Público do Estado da Bahia, sempre que solicitado, de acordo com a demanda explicitada pela Assessoria de Publicidade;
- 10.9 Manter contato formal, por escrito, frequentemente com a Assessoria de Publicidade para atendimento e posicionamento sobre as demandas, sempre que estiverem em andamento os trabalhos solicitados;
- 10.10 Somente reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da Assessoria de Publicidade, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada;
- 10.11 Ceder definitivamente ao Ministério Público do Estado da Bahia os direitos patrimoniais sobre o resultado final dos serviços ou do material advindo dos serviços objetos de publicidade e propaganda;
- 10.12 Providenciar o necessário registro e aprovação dos materiais e serviços junto aos Órgãos competentes;
- 10.13 Participar das reuniões agendadas pelos representantes da Assessoria de Publicidade, com o objetivo de analisar e submeter à aprovação os serviços, bem como definir novas ações de trabalho;
- 10.14 Manter durante a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, inclusive mantendo, em quantidade e nível técnico, o corpo de profissionais apresentados para comprovação da capacidade de atendimento do proponente, de forma a garantir a perfeita e ininterrupta execução dos serviços contratados, não sendo aceitável atraso sob a justificativa de férias, descanso semanal, licenças em geral, falta ao serviço, demissão e outros análogos;
- 10.15 Quando, por motivo de força maior, houver necessidade de modificação do serviço no que tange ao material especificado ou definido inicialmente, submeter o pretendido à Assessoria de Publicidade para que a mesma, após análise, defina pela aprovação ou não do pleito;
- 10.16 Não introduzir, seja a que título for, nenhuma modificação na especificação dos serviços, sem o consentimento prévio, e por escrito, da Assessoria de Publicidade;
- 10.17 Atender, com presteza, as reclamações sobre os serviços de modo a reparar, corrigir, remover ou substituir, total ou parcialmente, às suas expensas, os serviços objeto do Contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções, resultantes de execução irregular ou de materiais não correspondentes ao especificado inicialmente;
- 10.18 Comunicar à Assessoria de Publicidade qualquer anormalidade que interfira no bom andamento e resultado dos serviços solicitados;
- 10.19 Apresentar esclarecimentos, quando solicitados formalmente pela Assessoria de Publicidade, sobre fatos relevantes no transcorrer da execução dos projetos, no prazo de até 01 (um) dia útil;
- 10.20 Designar preposto do setor de Atendimento que detenha poderes para resolução de possíveis ocorrências durante a execução dos serviços e que seja responsável pelo bom andamento dos mesmos e possa tomar as providências pertinentes para que sejam corrigidas todas as falhas detectadas;
- 10.21 Não contratar os serviços de terceiros sem prévia e expressa anuência da Assessoria de Publicidade do Ministério Público do Estado da Bahia;

10.24 Responsabilizar-se, integralmente, pelos atrasos nos prazos de entrega decorrentes de descumprimentos de orientações da Assessoria de Publicidade e de seus prepostos;

10.28 Tomar providências cabíveis e imediatas em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções do serviço, a partir da comunicação da Assessoria de Publicidade, respeitando as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da contratada pelos serviços realizados até a data das ocorrências, desde que aquelas não sejam causadas pela própria contratada ou por terceiros por ela contratados.

#### **11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

A CONTRATANTE obriga-se a:

11.1 Fornecer os subsídios necessários para elaboração dos serviços e prestando as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados;

11.2 Comunicar sobre as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas por parte daquela;

11.3 Determinar a prioridade dos serviços e controle dos prazos de execução dos mesmos, dirimindo as dúvidas acerca de quaisquer casos concernentes a estes assuntos;

11.4 Recusar os serviços que não tenham sido executados de acordo com as solicitações, ordens de serviços e especificações, ou em desconformidade.

#### **12. DA FISCALIZAÇÃO**

12.1. A fiscalização da contratação será exercida por um ou mais representantes da Administração, conforme portaria específica para tal fim, ao(s) qual(s) competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato, e de tudo dará ciência à Administração.

12.2. Indica-se como fiscal do contrato a servidora Daniela Cairo Santos de Freitas, e como suplente o seu substituto legal Otávio Alvares de Almeida Filho.

#### **13. DOS DIREITOS AUTORAIS**

13.1 A agência cede, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso: das ideias (incluídos os estudos, análises e planos); das peças; das campanhas e dos demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento, bem como à totalidade dos serviços e materiais derivados da execução do objeto deste Contrato.

13.1.1 O valor da cessão prevista no presente item já estará incluso nas modalidades de remuneração.

13.1.2 A agência informará expressamente, em todos os orçamentos de produção, que os custos referentes aos cachês; à cessão de direito de uso de obra(s) incorporada(s) à peça e à cessão dos demais direitos já estão inclusos no valor total do serviço.

13.2 O MPBA poderá, a seu juízo, utilizar as obras mencionadas no item 13.1, diretamente ou através de terceiros, inclusive com pequenas modificações que não alterem substancialmente a ideia criativa original, durante a vigência do contrato, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada.

13.3 Em todas as contratações que envolvam os direitos autorais de terceiros, a agência poderá solicitar 02 (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 Assessoria de Publicidade escolha uma das opções.

13.3.1 Nos casos de cessão de direitos autorais por tempo limitado, a agência deverá respeitar o prazo acordado entre as partes e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

13.3.2 Quando o MPBA optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos autorais, a agência 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 e cláusulas escritas que:

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

13.3.2.2 estabeleçam que o MPBA poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos autorais, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante o período de contratação da agência e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

13.4 A critério do MPBA, as peças criadas pela agência poderão ser reutilizadas por outros órgãos; entidades ou sociedades, integrantes ou vinculadas à estrutura da Administração Pública Municipal, Estadual e Federal – direta ou indireta – sem que lhes caiba qualquer ônus perante a agência.

13.5 Não serão objeto de cessão os direitos morais do autor, de acordo com os termos da Lei Federal n. 9.610/1998.

#### **14 DISPOSIÇÕES GERAIS**

14.1 As pesquisas e avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto de prestação de serviços de publicidade;

14.2 Pertencem ao MPBA as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação;

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

14.4 A agência deve envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais, junto a fornecedores e veículos de comunicação, transferindo ao **MPBA** as vantagens obtidas.

14.5 A agência não poderá caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

14.6 Os layouts reprovados não poderão ser cobrados;

14.7 A agência não fará jus a honorários sobre valores de veiculação (serviços de terceiros), quando estes gerarem comissão de agência;

14.8 A agência não fará jus a nenhuma remuneração ou comissão de agência quando da utilização, pelo MPBA, de créditos (espaços comerciais publicitários) que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação e comunicação, em qualquer ação publicitária;

14.9 A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação do plano de mídia;

14.10 O MPBA não responderá por qualquer compromisso assumido pela agência ou seus prepostos, salvo com sua prévia e expressa anuência;

14.11 Ficam reservados ao MPBA o direito e a autoridade para resolver todo e qualquer caso singular, duvidoso ou omissivo, não previsto nas especificações normais, e em tudo mais que de qualquer forma se relacione, direta ou indiretamente, com o objeto desta TR;

14.12 Os danos ou prejuízos causados por culpa ou dolo da agência serão ressarcidos no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, contado da notificação administrativa, sob pena de, sem prejuízo do ressarcimento, incidir multa;

14.13 As despesas com deslocamento de profissionais da agência ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do MPBA, poderão vir a



ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas, mediante justificativa;

14.14 A agência colocará regularmente à disposição do MPBA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e auditoria de circulação e controle de mídia;

## 15. PROPOSTA TÉCNICA

15.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

15.2 O Plano de Comunicação Publicitária será composto dos subquesitos Raciocínio Básico; Estratégia de Comunicação Publicitária; Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia e deverá ser elaborado com base no briefing (anexo I), observadas as seguintes disposições:

15.2.1 **Raciocínio Básico** – texto em que a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Ministério Público do Estado da Bahia, a compreensão sobre as informações constantes do briefing e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

15.2.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária** – a licitante deverá apresentar e defender o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta para alcance dos resultados e metas de comunicação do Ministério Público do Estado da Bahia, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida para a solução do problema e dos objetivos de comunicação, especialmente o que dizer; a quem dizer; como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar, bem como produtos e serviços necessários para atender à proposta.

15.2.3 **Ideia Criativa** – a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corresponderão à resposta criativa da agência aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária.

15.2.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Anexo I-Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

~~15.3 Todas as peças e materiais que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 15.2.4 deverão constar da simulação prevista na alínea 'b'~~ **15.3 Todas as peças e materiais que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 15.6 deverão constar da simulação prevista na alínea 'b' do subitem 15.2.4.**

15.3.1 Na simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e/ou do material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou de cada material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou de cada material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou de cada material de não mídia.

15.3.2 Na simulação, os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação; desconsiderando-se o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, bem como os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

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

15.5 O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada – deverá ser confeccionado e apresentado respeitando a seguinte forma:

- a) em papel A4, branco, com 75 g/m<sup>2</sup> a 90 g/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento ‘simples’ entre as linhas;
- f) com texto em fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos, observado o disposto nos subitens ‘g’, ‘h’ e ‘i’;
- g) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo, sem identificação da licitante.
- i) As tabelas, planilhas e/ou gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia poderão ser editados em cores e utilizar fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, podendo ser apresentadas em papel A3 dobrado.
- j) será vedada a posição a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes do cotejamento;
- k) não poderão ser utilizadas páginas em branco isoladas com a finalidade de separar o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada e separar e identificar os seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- l) O invólucro padronizado fornecido pelo MPBA não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante, bem como estar danificado ou deformado pelas peças, material e demais documentos nele acondicionados, se tais defeitos possibilitarem a identificação da licitante.
- m) O invólucro que contiver a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 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 envelope que contenha o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada;
- n) Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno, contanto que se adéquem às dimensões do invólucro fornecido pelo MPBA.

15.6 A apresentação da campanha publicitária constante do item Ideia Criativa deve observar as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e/ou materiais que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e/ou material. Os comentários estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou materiais que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios, geral e específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.
- c) as logomarcas e suas variações para aplicação nos leiautes das campanhas deverão ser obtidas do Manual de Uso da Marca do Ministério Público do Estado da Bahia, disponível em [http://www.mpba.mp.br/institucional/manual\\_de\\_uso\\_da\\_marca\\_mpba\\_2014.pdf](http://www.mpba.mp.br/institucional/manual_de_uso_da_marca_mpba_2014.pdf).

15.7 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 15.5: **15.7 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 15.6:**

- a) estão limitados a 15 (quinze), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
  - b1) roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio de divulgação;
  - b2) protótipo ou ‘monstro’, para rádio e internet, sugestão de produtos ou serviços;
  - b3) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

15.8 Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme de TV, spot de rádio, anúncio de revista, ‘monstro’ de internet) destinada a facilitar seu cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 15.5.

15.9 Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em mídia CD ou DVD, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

15.9.1 As mídias devem ser prateadas e devem ser aplicados nas mesmas etiquetas ou silk totalmente brancos, lisos, que cubra toda a superfície superior, sem marca ou impressão alguma.

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

15.10.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou "passe-partour", observado o disposto no item 15.5, alínea 'n'.

#### **15.11 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

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

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

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento, com a devida comprovação do vínculo com a agência;

c) instalações, infraestrutura e recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) sistemática de atendimento, discriminando 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) discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Ministério Público do Estado da Bahia, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

#### **15.12 REPERTÓRIO**

15.12.1 O repertório é integrado por peças publicitárias criadas pela agência, produzidas e veiculadas sob sua supervisão e nele devem estar contidos todos os documentos, informações, peças e material que o compõe.

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

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

15.12.4 A licitante deverá apresentar 12 peças ou materiais, observando o limite de 3 (três) peças para cada meio de divulgação.

15.12.5 As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2013.

15.12.6 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD ou DVD executáveis em computadores pessoais.

15.12.7 As peças gráficas do repertório devem preservar a sua capacidade de leitura e indicar suas dimensões originais.

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

15.12.9 As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Ministério Público do Estado da Bahia.

#### **15.13 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÕES**

15.13.1 A licitante deverá apresentar documentos, informações e peças gráficas que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

15.13.2 A licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

15.13.2.1 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Caso sejam incluídas as peças

eletrônicas, estas deverão ser fornecidas em DVD ou CD; para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

15.13.2.2 Os Relatos de Soluções de que trata o subitem 15.13.2 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2013.

15.13.2.No relato elaborado pela licitante, na última página, deve constar a indicação do nome empresarial do cliente e contato do responsável para possível verificação das informações.

15.14 A pontuação máxima que poderá ser atribuída à proposta técnica apresentada pelo participante será de **100 (cem) pontos**, que corresponderá à Nota Técnica Final.

#### **15.15 PROPOSTA DE PREÇO**

15.15.1 Na Proposta de Preços deverá ser apresentada:

- a) Percentual de desconto sobre o tabela vigente de valores referenciais de custos internos, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado da Bahia – SINAPRO/BA, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros;
- b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos;
- c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de empréstimo de direitos autorais de obras, de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela contratante;
- d) Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias.

15.15.2 Nos percentuais de descontos e de honorários ofertados na proposta devem estar inclusos todos os custos necessários para a execução contratual, incluindo tributos, emolumentos, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais e/ou municipais.

#### **15.16 DO PROCEDIMENTO**

15.16 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão feitas pela Subcomissão Técnica.

**15.17 DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Ministério Público do Estado da Bahia.

15.17.1 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, entre os nomes de uma relação prévia apresentada pela Assessoria de Publicidade, dentre os 09 (nove) nomes propostos para integrar a subcomissão, em atenção ao art. 10 da Lei 12.232/2010, para o sorteio de 2 (dois) integrantes de servidores do quadro do MPBA e 1 (um) profissional que não mantenha nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

15.17.2 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

15.17.2.1 Caberá à Subcomissão Técnica:

- a) analisar, individualizadamente, e julgar propostas técnicas – vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação –, desclassificando aquelas que estejam em desacordo com a lei ou com o presente instrumento convocatório;
- b) elaborar planilhas com as pontuações atribuídas por cada membro da Subcomissão para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;
- c) elaborar ata de julgamento das propostas e encaminhá-la, com as planilhas e a justificativa escrita das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso, à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com os envelopes e seus conteúdos;
- d) manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, caso seja solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

15.17.3 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética da pontuação da cada membro da Subcomissão Técnica.

15.17.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do

questito, com o fim de reestabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

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

#### **15.18 DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO**

15.18.1 Serão DESCLASSIFICADAS as propostas técnicas que:

15.18.1.1 não atender às exigências do presente TR e de seus anexos;

15.18.1.2 não alcançarem, no total, a nota mínima de 75 (setenta e cinco) pontos;

15.18.1.3 não apresentarem elementos comprobatórios pontuáveis;

15.18.1.4 obtiverem nota inferior a:

15.18.1.5 06 (seis) pontos no subquesito Raciocínio Básico

15.18.1.6 10 (dez) pontos no subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária

15.18.1.7 12 (doze) pontos no subquesito Ideia Criativa;

15.18.1.8 06 (seis) pontos no subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;

15.18.1.9 10 (dez) pontos no quesito Capacidade de Atendimento;

15.18.1.10 12 (doze) pontos no quesito Repertório

15.18.1.11 05 (cinco) pontos no quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

15.18.2 A Nota Técnica (NT) será atribuída pelo somatório de pontos auferidos pelos licitantes em cada um dos pontos de avaliação e nos valores estabelecidos no Anexo II deste TR, obedecidos os seguintes critérios:

15.18.3 Em caso de empate na pontuação técnica será considerado como classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Ideia Criativa. Permanecendo ainda o empate, será classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para os clientes, conteúdo do envelope 3.

15.18.4 Se ainda persistir, mesmo com a utilização dos critérios do item 2.43.1 do Anexo II, o empate entre duas ou mais propostas técnicas, será observado o disposto no §2º do art. 3º da Lei 9.433/2005 e, permanecendo o empate, proceder-se-á o sorteio em ato público a ser realizado na própria sessão prevista na segunda sessão ou em ato público marcado pela CPL, cuja data será divulgada através de publicação no Diário de Justiça Eletrônico do Poder Judiciário do Estado da Bahia e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## **ANEXO II - PONTUAÇÃO PARA JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS**

### **1. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no TERMO DE REFERÊNCIA (TR) e seus anexos, levando em conta como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

1.1 O plano de comunicação publicitária será pontuado até o máximo de 55 (cinquenta e cinco) pontos, conforme os seguintes quesitos:

1.1.1. **Raciocínio Básico** – máximo de **10,0 (dez) pontos**:

a) o papel e as atribuições do Ministério Público frente aos interesses da sociedade; (2,00 pontos)

b) as características do Ministério Público do Estado da Bahia – MPBA – e de suas áreas de atuação; (2,00 pontos)

c) a natureza, a extensão e a qualidade das relações do MPBA com seus públicos e com o público objeto da campanha; (2,00 pontos)

d) o problema específico de comunicação do MPBA; (2,00 pontos)

e) os desafios, geral e específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo MPBA. (2,00 pontos)

1.1.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária** – máximo de 15,0 (quinze) pontos:

a) a adequação do conceito proposto à natureza e à qualificação do MPBA e aos seus desafios, geral e específicos, de comunicação; (3,00 pontos)

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito e da estratégia de comunicação publicitária propostos; (3,00 pontos)

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do MPBA com seu público alvo, objeto do briefing; (4,00 pontos)

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios geral e específicos, de comunicação do MPBA para o segmento definido no briefing. (5,00 pontos)

**1.1.3. Ideia Criativa – máximo de 20,0 (vinte) pontos:**

a) a adequação da ideia ao problema específico de comunicação; (2,00 pontos)

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida para a proposta; (3,00 pontos)

c) a originalidade da ideia; (3,00 pontos)

d) os segmentos de público alcançados pela ideia; (2,00 pontos)

e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (2,00 pontos)

f) a pertinência da ideia às atividades do MPBA e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; (3,00 pontos)

g) a viabilidade das peças; (3,00 pontos)

h) a compatibilidade da linguagem das peças utilizadas aos meios propostos. (2,00 pontos)

**1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – máximo de 10,0 (dez) pontos:**

a) o conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da campanha proposta; (2,00 pontos)

b) a capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia; (2,00 pontos)

c) a consistência do plano de mídia simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores; (1,00 ponto)

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do MPBA; (2,00 pontos)

e) a adequação da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de mídia simulado de distribuição de peças; (2,00 pontos)

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (1,00 ponto)

**1.2 A Capacidade de Atendimento** do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes serão pontuados até o máximo de **15,0 (quinze) pontos**, conforme os seguintes quesitos:

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (3,00 pontos)

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (3,00 pontos)

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do MPBA; (2,00 pontos)

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (2,00 pontos)

e) a operacionalidade do relacionamento entre o MPBA e a licitante, esquematizado na proposta; (2,00 pontos)

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 a licitante colocará regularmente à disposição do MPBA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (3,00 pontos)

**1.3 O Repertório** será pontuado até o máximo de **20,0 (vinte) pontos**, conforme os seguintes quesitos:

a) a Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (7,00 pontos)

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material; (7,00 pontos)

c) a clareza da exposição das informações prestadas. (6,00 pontos)

**1.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** serão pontuados até o máximo de 10,0 (dez) pontos, conforme os seguintes quesitos:

a) a evidência de planejamento publicitário; (3,00 pontos)

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (2,00 pontos)

c) a relevância dos resultados apresentados; (3,00 pontos)

d) a concatenação lógica da exposição. (2,00 pontos)

**1.5 A nota da Proposta Técnica** está limitada ao máximo de **100,0 (cem) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: 55,0 (cinquenta e cinco)

a1) Raciocínio Básico: 10,0 (dez)

- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 15,0 (quinze)
- a3) Ideia Criativa: 20,0 (vinte)
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10,0 (dez)
- b) Capacidade de Atendimento: 15,0 (quinze)
- c) Repertório: 20,0 (vinte)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10,0 (dez)

## 2. VALORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO

2.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência e em seus anexos.

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

2.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o PCT, ressalvado que, não será aceito nenhum PERCENTUAL em desacordo com os tetos ou as faixas de incidência ali previstas.

2.4 A nota da Proposta de Preços será calculada pela CPL, apurado os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a tabela a seguir:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre a tabela vigente de valores referenciais de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado da Bahia – SINAPRO/BA, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.	$P1 = 0,7 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos.	$P2 = 0,2 \times (15 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de empréstimo de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela CONTRATANTE.	$P3 = 0,06 \times (15 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias.	$P4 = 0,04 \times (15 - \text{honorários})$

### OBSERVAÇÃO PARA O PCT:

a) para o Item 1, o desconto a ser ofertado deverá ser de 20% (vinte por cento) até 50% (cinquenta por cento);

b) para o item 2, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

c) para o item 3, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

d) para o item 4, deverão estar inclusos as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; intérpretes; artistas plásticos, ilustradores e demais categorias artísticas. Os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

2.4.1 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 à Valoração, sem o símbolo '%'.

2.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela acima, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ . Para fins de apuração das notas de cada Proposta de Preços, serão consideradas 4 casas decimais.

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

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

- a) o maior percentual de desconto no item 1 do PCT;

- b) o menor percentual de honorários no item 2 do PCT;
  - c) o menor percentual de honorários no item 3 do PCT;
  - d) o menor percentual de honorários no item 4 do PCT;
- 2.5 Serão desclassificadas as propostas que estiverem em desacordo com o PCT.



**ANEXO III - TABELA DE PREÇOS SINAPRO – Agosto/2015 – Julho/2016**
**Institucional**

<b>PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Calendário Anual Institucional	33.260,90
Calendário Anual Promocional	16.717,52
Cases de Marketing / Midia / RP	23.334,87
Planejamento da Comunicação Municipal (capital)	20.896,90
Planejamento da Comunicação Municipal (interior)	9.099,90
Planejamento da Comunicação Estadual	26.121,13
Planejamento da Comunicação Regional	43.535,21
Planejamento da Comunicação Nacional	60.949,29

<b>MARCA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Marca de empresa	10.943,70
Marca de produto	16.466,29
Marca de empreendimento imobiliário	1.945,17
Marca de eventos	2.858,55
Marca de identidade visual (por lâmina)	558,18

**Produção Gráfica**

<b>COMUNICAÇÃO EXTERIOR</b>	<b>Valor (R\$) CRIAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) FINALIZAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) TOTAL</b>
Balão	476,66	318,34	795,00
Busdoor	996,10	665,42	1.661,52
Empena	1.878,78	1.252,53	3.131,31
Envelopamento de Veículos	1.492,60	995,06	2.487,66
Faixa	292,25	194,84	487,09
Mobiliário urbano	1.878,78	1.252,53	3.131,31
Outdoor	1.946,98	1.297,98	3.244,95
Painel All Type	365,32	243,54	608,85
Painel Eletrônico	2.296,30	1.530,85	3.827,15
Painel / Frontlight / Backlight	2.390,24	1.593,48	3.983,72
Placa Sinalização	365,32	243,54	608,87
Tapume (por m²)	323,57	215,71	539,28
Totem	1.513,47	1.008,97	2.522,44

<b>ANÚNCIO JORNAL</b>	<b>Valor (R\$) CRIAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) FINALIZAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) TOTAL</b>
Até 1/8 de página	604,00	392,59	996,60
Acima 1/8 até 1/4	905,99	583,86	1.489,85
Acima 1/4 até 1/2	1.035,43	944,82	1.980,25
Acima 1/2 até 1 página	1.591,96	1.435,21	3.027,17
Página Dupla	3.307,60	2.372,84	5.680,44
Multipage	3.997,88	1.944,29	5.942,17
<b>ANÚNCIO REVISTA</b>	<b>Valor (R\$) CRIAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) FINALIZAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) TOTAL</b>
até 1/3 página	579,91	386,62	966,53
1/2 Página	658,06	460,65	1.118,71
2/3 Página	1.159,84	773,22	1.933,07
1 Página	1.739,76	1.159,84	2.899,60
Página Dupla	2.824,19	2.588,38	5.412,58

<b>IMPRESSOS</b>	<b>Valor (R\$) CRIAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) FINALIZAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) TOTAL</b>
Anexo Conta (por lâmina)	319,23	212,83	532,06
Book (por lâmina)	285,04	190,03	475,07
Calendário (por lâmina)	872,21	581,47	1.453,67
Capas (Caderno/Catálogo/Livro/Etc.)	1.539,20	1.026,13	2.565,33
Cartão Comemorativo/Postal	1.219,95	813,30	2.033,25
Cartaz	792,40	528,26	1.320,67
Cinta	719,17	479,44	1.198,62
Convite	1.122,72	576,41	1.699,13
Cupom/Ficha de Inscrição	330,64	220,42	551,07
Diploma/Certificado	575,78	381,96	957,73
Encarte de Varejo (por lâmina)	1.191,46	794,29	1.985,75
Etiqueta / Tag	250,84	167,22	418,06
Folheto/Folder (por cm <sup>2</sup> )	2,75	1,84	4,59
Jornal Interno (por lâmina)	1.822,33	1.212,35	3.034,68
Livro Técnico /Manual/Catálogo (por lâmina)	319,23	212,83	532,06
Mala Direta /Panfleto/Flyer	840,55	559,00	1.399,55
Papel de Bandeja / Capa de CD	336,35	224,22	560,57
Portfólio/Relatório (por página)	1.822,33	1.214,26	3.036,59
Revista / Editorial (por página)	718,29	278,86	1.197,15
Santinho / Praguinha	786,70	524,47	1.311,16

<b>PAPELARIA</b>	<b>Valor (R\$) CRIAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) FINALIZAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) TOTAL</b>
Bloco de anotações	342,04	228,04	570,07
Cartão personalizado / agradecimento	342,04	228,04	570,07
Cartão de visita	342,04	228,04	570,07
Envelope	380,05	254,64	634,69
Formulário / Papel carta / Ofício	446,55	300,24	746,80
Pasta	481,25	323,05	804,30

#### **Produção eletrônica**

<b>AUDIOVISUAL</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Spot (30")	2.404,91
Jingle (30")	3.843,75
Filme / VT Institucional (30")	6.360,23
Filme / VT Varejo (30")	3.267,36
VT Cartela Eletrônica	2.197,97
Vinheta de Assinatura / Patrocínio (por segundo)	255,88
Audiovisual /Documentário (por minuto)	2.369,39
Story Board (por quadro)	131,63

<b>GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Gravação em Midia Digital	62,69
Editoração de Tabela / Gráfico Simples	1.131,92
Mapa de Localização Simples	1.480,20
Tratamento de Imagem (Objetos) *	707,82
Tratamento de Imagem (Paisagens) *	1.179,70
Tratamento de Imagem (Seres vivos) *	1.415,64
Tratamento de Imagem c/ Montagens*	2.005,49

**Web**

<b>WEBSITE / HOTSITE</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Planejamento, Arquitetura, Criação, Implementação e Conteúdo Enviado pelo Cliente	8.847,75
Replicar para Outros Idiomas	30%
Gerenciador de Conteúdo	50%
Mobile	50%

**\*Valor a partir do preço inicial do site**

<b>LANDING PAGE</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Layout, Texto e Produção do HTML (com layout).	4.128,95
Layout, Texto e Produção do HTML (sem layout).	2.359,40

<b>MÍDIA DIGITAL</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Planejamento de Mídia	1.769,55
Criação das Campanhas	1.769,55
Mensuração dos Resultados	1.769,55

<b>CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Qualquer formato sem animação	884,78
Qualquer formato com animação	1.769,55
Qualquer formato com rich media (animação avançada)	3.539,10

<b>LINKS PATROCIONADOS</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Planejamento e Criação	1.769,55
Gestão de Campanha	1.769,55

<b>NEWSLETTER</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Produção Editorial	1.179,70
Criação de layout	2.359,40
Produção HTML	766,81

<b>E-MAIL MARKETING</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Criação de layout	1.415,64
Produção HTML	471,88

<b>MÍDIAS SOCIAIS</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Análise de Presença (Diagnóstico)	6.193,43
Plano de Ações	<b>7.078,20</b>

<b>MOBILE</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Planejamento de aplicativo para dispositivos móveis (celular, smartphone, tablet).	8.847,75

**Promocional**

<b>PONTO DE VENDA / EMBALAGENS</b>	<b>Valor (R\$) CRIAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) FINALIZAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) TOTAL</b>
Ação Promocional			5.224,23
Adesivo (por cm <sup>2</sup> )	0,89	0,58	1,47
Bandeirola (por modelo)	891,30	594,21	1.485,51
Banner	462,38	308,24	770,62
Cartela / TAG	429,84	286,57	716,41
Crachá	372,97	248,63	621,60

Display / Wobblers	1.390,70	927,12	2.317,82
Faixa de Gôndola /Testeira	670,19	446,80	1.116,98
Móvil	872,34	581,56	1.453,90
Rótulo	2.933,09	1.955,39	4.888,48
Selo comemorativo	1.921,69	1.281,13	3.202,82
Troféu	1.883,77	1.255,84	3.139,61
Caixa simples	1.791,04	1.563,47	3.354,51
Uniforme simples	737,49	487,63	1.222,12

<b>BRINDES</b>	<b>Valor (R\$) CRIAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) FINALIZAÇÃO</b>	<b>Valor (R\$) TOTAL</b>
Simple (Aplicação de marca)	424,96	283,31	708,27
Especiais (orçamento específico)			
Agenda	552,04	368,73	920,77
Camiseta Especial	575,71	383,80	959,51

**Itens digitais**

<b>MÍDIA DIGITAL</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Adaptação e replicação para outros formatos	796,43

<b>ADVERGAMES</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Planejamento advertising in game	3.982,13
Planejamento	7.964,25
Game online dtandard	6.371,40
Mobile	19.910,63
Game online original	26.547,50
Social game (jogo para mídias sociais)	26.547,50

<b>MOBILE</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Criação de aplicativo standard	6.371,40
Planejamento de aplicativos	3.982,13
Aplicativo original	26.547,50
Aplicativos (jogos para mídias sociais)	26.547,50

<b>NEWSLETTER</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Ferramenta de envio (por mês)	318,57
Importação de base (até 20 mil contatos)	530,95
Implantação e configuração do HTML (por peça)	159,29
Disparo (20 mil emails)	191,14
Mensuração (por disparo)	159,29

<b>MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Gestão de presença	3.982,13
Personalização dos canais (wireframeelayout)	
Produção de conteúdo Textual/ Relacionamento (por mês)	2.654,75
Produção de conteúdo multimídia Gestão de ações sociais	Sob Consulta
Monitoramento online (por mês)	5.309,50
Mensuração online (por mês)	2.654,75
Gerenciamento de whatsapp	2.654,75

<b>SEO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Planejamento e criação	3.185,70
Gestão	1.592,85

<b>E-MAIL MARKETING</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Ferramenta de envio (por mês)	318,57
Importação de base (até 20 mil contatos)	530,95
Implantação e configuração do HTML (por peça)	159,29
Disparo (20 mil e-mails)	191,14
Mensuração (por disparo)	159,29

<b>WHATSAPP</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Card sem animação	796,43
Card com animação	1.592,85

• ANEXO III – PLANILHA DE COTAÇÃO (PCT)

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA nº 01/2016 – TIPO: MELHOR TÉCNICA

Data e Hora da Entrega das Propostas: 19/07/2016 às 14h30

Órgão/Entidade: 4.40 MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

Unidade Gestora Executora: CECOM

PLANILHA DE COTAÇÃO (PCT)		
ITEM	DISCRIMINAÇÃO	% (PERCENTUAL)
1	Percentual de desconto sobre a tabela vigente de valores referenciais de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado da Bahia – SINAPRO/BA, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.	
2	Percentual de honorários incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos.	
3	Percentual de honorários incidente sobre os custos de empréstimo de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela CONTRATANTE.	
4	Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias.	

**OBSERVAÇÃO PARA O PCT:**

1 – Limites percentuais:

- a) para o Item 1, o **desconto** a ser ofertado deverá ser de 20% (vinte por cento) até 50% (cinquenta por cento);
- b) para o item 2, os **honorários** a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);
- c) para o item 3, os **honorários** a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);
- d) para o item 4, deverão estar inclusos as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; intérpretes; artistas plásticos, ilustradores e demais categorias artísticas. Os **honorários** a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento).

2 – A validade da proposta será considerada no mínimo: 60 dias; A proposta apresentada será valorada em conformidade ao Anexo II Termo de Referência.

3 – Nos percentuais de descontos e de honorários ofertados na proposta devem estar considerados e inclusos todos os custos necessários para a execução contratual, incluindo tributos, emolumentos, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais e/ou municipais.

DADOS OBRIGATÓRIOS DO FORNECEDOR:	
RAZÃO SOCIAL:	
ENDEREÇO E CEP:	UF:
CNPJ/CPF:	INSCRIÇÃO ESTADUAL/MUNICIPAL:
<b>ATENÇÃO! INFORMAR A OPÇÃO CADASTRAL:</b> ( ) SIMPAS/SAEB ( ) COMPRASNET/SICAF ( ) SEM CADASTRO	
CORRENTISTA DO BANCO/AGENCIA (NOME/COD/LOCAL):	Nº CONTA CORRENTE:
Nome e CPF do Representante que assinará o CONTRATO:	Telefone/celular c/ DDD:
E-mail para envio do CONTRATO:	
DATA/ASSINATURA (Representante legal)	

## ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE, ENTRE SI, CELEBRAM O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA E A EMPRESA xxxxx, NA FORMA ABAIXO:**

**CONTRATO Nº xxxx/2016 - SGA**

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA**, CNPJ nº 04.142.491/0001-66, com sede situada à 5ª Avenida, 750, Centro Administrativo da Bahia - CAB, Salvador - BA, neste ato representado, mediante Ato de Delegação nº 70/2014, pelo Superintendente de Gestão Administrativa **Frederico Wellington Silveira Soares**, doravante denominado **CONTRATANTE**, e a Empresa xxxxxxxxx, CNPJ nº. xxxxxxx, estabelecida à xxxxxx, representada por xxxxxxx, CPF/MF nº xxxxxx, doravante denominada **CONTRATADA**, com supedâneo no quanto disposto na Lei Estadual-BA nº 9.433/2005 e nas Leis Federais nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, no que couber, e, ainda, observado o constante no Edital de Licitação, modalidade XXXXXX, nº XX/2016, tipo xxxxxxx, protocolado sob o nº 003.0.230931/2015, o qual integra este instrumento independentemente de transcrição, **CELEBRAM** o presente Contrato, mediante as cláusulas e condições seguintes:

### CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1 Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, a envolver o conjunto de 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o fito de difundir ideias ou informar o público em geral.

1.1 O objeto do presente contrato engloba todos os serviços constantes no **APENSO ÚNICO** ao presente instrumento;

1.2 Incluem-se no objeto contratado, ainda, serviços passíveis de subcontratação, referentes a:

1.2.1 Serviços de divulgação por intermédio de veículos de comunicação, tais como emissoras de televisão e rádio, jornais, revistas e carros de som para publicidade, exibidoras de outdoor, mobiliário urbano, dentre outros;

1.2.2 Serviços de publicidade especializados, entendidos como atividades complementares nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, pertinentes a:

1.2.2.1 planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

1.2.2.2 produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.2.2.3 criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

### CLÁUSULA SEGUNDA – DO REGIME E DA FORMA DE EXECUÇÃO, E DO RECEBIMENTO



- 2.1 O Regime de execução do presente Contrato é de Execução Indireta na modalidade Empreitada por Preço Unitário;
- 2.2 Os serviços descritos no **item 1.1** deste contrato, entendidos como **serviços internos**, são de execução exclusiva e direta pela **CONTRATADA**;
- 2.3 São passíveis de subcontratação, conforme **item 1.2** deste instrumento, os serviços de **divulgação** e aqueles serviços definidos como **atividades complementares**, nos termos da **CLÁUSULA TERCEIRA**;
- 2.4 Os serviços objeto deste contrato deverão ser executados por profissionais que possuam capacitação técnica compatível com as atividades que lhes forem incumbidas, sob inteira responsabilidade da **CONTRATADA**, obedecendo às seguintes condições:
  - 2.4.1 A quantidade de serviços a serem executados durante a vigência do contrato será definida pelo **CONTRATANTE**, mediante expedição de Ordem de Serviços (para serviços internos ou para atividades complementares) à **CONTRATADA**, preferencialmente por meio eletrônico (e-mail) ou presencial, por meio de reunião;
  - 2.4.2 A execução dos serviços objeto deste contrato deverá ser realizada seguindo todas as orientações e exigências da Ordem de Serviço e todas as especificações determinadas pelo **CONTRATANTE**, por meio de sua Assessoria de Publicidade;
    - 2.4.2.1 A Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE** poderá suspender ou mandar paralisar o serviço em andamento que não esteja sendo executado dentro das exigências e das orientações emitidas por esta;
- 2.5 Os prazos máximos para a execução de cada **serviço interno** executado pela **CONTRATADA**, contados a partir do recebimento das respectivas ordens de serviços, serão aqueles definidos no **APENSO ÚNICO** deste instrumento;
- 2.6 Os prazos de produção de serviços efetuados por terceiros – **atividades complementares** – serão aqueles definidos em cada Ordem de Serviços, mediante acordo entre as partes, e, quando couber, contados a partir da aprovação do serviço de criação pelo **CONTRATANTE**;
- 2.7 Quaisquer alterações no cronograma de execução de cada serviço executado pela **CONTRATADA**, ou por terceiros sob sua responsabilidade, ficarão condicionadas à prévia autorização, por escrito, da Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE**;
- 2.8 Para aprovação de **serviços internos**, a **CONTRATADA**, seguindo os prazos estabelecidos em contrato, deverá, preferencialmente, enviar a criação (layouts e roteiros das peças produzidas) por e-mail, no(s) formato(s) solicitado(s) pelo **CONTRATANTE**, ou agendar uma reunião com este para a respectiva apresentação;
  - 2.8.1 O layout reprovado não gerará ônus ao **CONTRATANTE**, incumbindo à **CONTRATADA**, realizar a respectiva refação ou alteração, nos termos do **item 2.15.1** deste contrato;
- 2.9 No que tange à autorização para reserva e compra de espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação por conta e por ordem do **CONTRATANTE**, deverá a **CONTRATADA** remeter àquele, além de solicitação prévia de aprovação, a identificação do referido espaço, a qual deverá englobar, dentre outras informações: meio de comunicação, emissora, horário, programa, quantidade de inserções e duração de cada inserção;
  - 2.9.1 A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação do plano de mídia pelo **CONTRATANTE**;

2.9.2 A **CONTRATADA** somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de comunicação, por conta e por ordem do **CONTRATANTE**, se previamente os identificar e tiver sido por este prévia e expressamente autorizada;

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

2.10 Quando, por motivo de força maior, a **CONTRATADA** suscitar a necessidade de modificação em algum serviço no que tange ao material especificado ou definido inicialmente, o pleito deverá ser remetido ao **CONTRATANTE**, por intermédio de sua Assessoria de Publicidade, para que esta, após análise, defina pela respectiva aprovação ou não;

2.11 A **CONTRATADA** deve envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais, junto a fornecedores e veículos de comunicação, transferindo ao **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas;

2.12 As despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA** ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas, mediante justificativa;

2.13 A **CONTRATADA** deverá colocar regularmente à disposição do **CONTRATANTE**, sem ônus adicional para este, durante toda a vigência do contrato, informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e auditoria de circulação e controle de mídia;

2.14 O recebimento dos serviços contratados ficará sob a responsabilidade de um representante da Assessoria de Publicidade da Central Integrada de Comunicação Social do **CONTRATANTE**, em conjunto com o fiscal do contrato - responsável pela habilitação para pagamentos, caso este não seja integrante daquela Unidade;

2.14.1 O recebimento ocorrerá também em conjunto com a Comissão de Recebimento designada para tal fim, caso o valor do respectivo faturamento seja superior ao limite estabelecido para a modalidade de convite, nos termos do art. 161, §4º, da Lei Estadual-BA nº 9.433/2005;

2.15 O **CONTRATANTE** rejeitará, no todo ou em parte, o objeto contratual em desacordo com as condições pactuadas, podendo, entretanto, se lhe convier, decidir pelo recebimento, neste caso com as deduções cabíveis;

2.15.1 Em caso de recusa, no todo ou em parte, de serviço(s) solicitado(s), fica a **CONTRATADA** obrigada a providenciar a respectiva refação ou alteração em prazo não superior ao originalmente definido, o qual será contado a partir da notificação expedida pelo **CONTRATANTE**;

2.15.2 Adequados ou refeitos serviços, a **CONTRATADA** deverá submetê-los à nova verificação pelo **CONTRATANTE**;

2.16 O recebimento definitivo do objeto deste contrato será concretizado depois de adotados, pelo **CONTRATANTE**, todos os procedimentos cabíveis do art. 161 da Lei Estadual- BA nº 9.433/2005;

2.16.1 Esgotado o prazo total para a conclusão do recebimento definitivo sem qualquer manifestação do **CONTRATANTE**, considerar-se-á definitivamente aceito o objeto contratual, para fins de habilitação para pagamento;

2.17 O aceite ou aprovação do objeto pelo **CONTRATANTE** não exclui a responsabilidade administrativa e civil da **CONTRATADA** por vícios, defeitos ou disparidades com as especificações estabelecidas neste Contrato e no processo de Licitação que o originou, verificadas posteriormente.

### **CLÁUSULA TERCEIRA – DA SUBCONTRATAÇÃO DE ATIVIDADES (SERVIÇOS) COMPLEMENTARES**

3.1 Nos termos do **item 1.2.2** deste contrato, são passíveis de subcontratação, dentre outros, os serviços entendidos como **atividades complementares** nos termos do §1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010;

3.1.1 No tocante aos serviços relativos a pesquisas e avaliações – **item 1.2.2.1**, estes terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas, sendo vedada a inclusão, nas pesquisas e avaliações, de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto de prestação de serviços de publicidade;

3.2 Em razão da amplitude de abrangência do objeto do presente contrato, por sua própria natureza, o planejamento para a contratação de serviços complementares deverá, a partir de juízo de legalidade, conveniência e oportunidade exclusivo do **CONTRATANTE**, respeitar eventuais contratos por este firmados, os quais abarquem, ainda que parcialmente, os itens de produção e execução técnica de peças e projetos previstos neste instrumento;

3.3 Na hipótese de realização de serviços complementares por terceiros, deverão ser observados os seguintes critérios:

3.3.1 Somente pessoas físicas ou jurídicas cadastradas na Secretaria de Administração do Bahia – SAEB ou no SICAF do Governo Federal, poderão fornecer à **CONTRATADA** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

3.3.1.1 Para fim de comprovação de cadastro, serão aceitos os seguintes documentos: Certificado de Registro Cadastral - CRC, Certificado de Registro Simplificado – CRS, Certificado de Cadastramento Unificado de Fornecedores do Governo Federal ou instrumento equivalente;

3.3.1.2 Em atendimento à exigência de cadastro, a **CONTRATADA** deverá realizar pesquisa prévia junto à Secretaria de Administração do Bahia – SAEB, através de consulta baseada no CNPJ do possível fornecedor, no site [www.comprasnet.ba.gov.br](http://www.comprasnet.ba.gov.br), imprimindo a comprovação da consulta e anexando a mesma ao orçamento do terceiro;

3.3.2 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE** de, pelo menos, 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, de modo que seja realizada a contratação baseada no orçamento de menor valor;

3.3.2.1 A **CONTRATADA** procederá a coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior ao limite previsto para a modalidade de convite, nos termos do art. 55 da Lei Estadual-BA nº 9.433/2005;

3.3.2.2 Ocorrendo impossibilidade de obtenção do número mínimo de propostas imposto, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, submetendo-as à análise do **CONTRATANTE**;

3.3.3 A **CONTRATADA** deverá acompanhar a produção dos serviços realizados por terceiros, os quais correrão sob sua responsabilidade perante o **CONTRATANTE**;

3.3.3.1 Em se tratando de hipótese de produção e execução técnica de serviços gráficos, a **CONTRATADA** deverá se responsabilizar pela realização, antes do envio das peças produzidas ao

Subcontratado, de revisão da finalização dos respectivos arquivos - especialmente no que tange à diagramação (formatação), imagens em CMYK, marcas de corte, dobra(s) e “sangria” dos mesmos -, de modo a impedir falhas de tal ordem na respectiva produção/execução;

3.3.3.2 A obrigação da **CONTRATADA** de realizar a revisão da finalização dos arquivos gráficos, a fim de impedir falhas na respectiva produção, persistirá ainda que tais arquivos tenham sido objeto de criação e finalização por parte do **CONTRATANTE**;

3.3.3.2.1 Na hipótese de ser o arquivo objeto de criação/finalização pelo **CONTRATANTE**, em sendo verificada a necessidade de ajustes em razão da obrigatória revisão, deverá a **CONTRATADA** notificar expressamente o **CONTRATANTE** para que os execute, hipótese em que deverá aquela proceder a nova análise do documento;

3.3.3.3 Correrão por conta exclusiva da **CONTRATADA** os custos relativos ao refazimento de peças pelo Subcontratado em razão de falhas na revisão da finalização de arquivos gráficos;

3.4 Em casos de subcontratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, a **CONTRATADA** deverá exigir dos eventuais subcontratados, no que couber, as mesmas condições impostas no presente contrato, de modo a comprovar a devida regularidade fiscal;

3.5 Os serviços de divulgação por intermédio de veículos de comunicação não são considerados como atividades complementares para fins de cadastramento prévio, comprovação de regularidade fiscal e demais exigências específicas previstas neste instrumento e na legislação aplicável à matéria;

3.6 É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades na execução do serviço objeto deste contrato, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

#### CLÁUSULA QUARTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

4.1 A **CONTRATADA** cede, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), das peças, das campanhas e dos demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento, bem como à totalidade dos serviços e materiais derivados da execução do objeto deste Contrato;

4.1.1 Inclui-se no valor da remuneração da **CONTRATADA** o valor da cessão prevista no **item 4.1**;

4.2 Em todas as contratações que envolvam os direitos autorais de terceiros, a **CONTRATADA** poderá (conforme deliberação do **CONTRATANTE**) solicitar 02 (dois) orçamentos para execução do serviço – um de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos –, cabendo ao **CONTRATANTE** a opção por uma destas modalidades, conforme necessidade da administração;

4.2.1 A **CONTRATADA** informará, expressamente, em todos os orçamentos relativos à produção, que os custos referentes aos cachês, à cessão de direito de uso de obra(s) incorporada(s) à peça e à cessão dos demais direitos autorais patrimoniais estão inclusos no valor total do serviço;

4.2.2 Nos casos de cessão de direitos autorais patrimoniais por tempo limitado, a **CONTRATADA** deverá respeitar o prazo acordado entre as partes e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

4.2.3 Quando o **CONTRATANTE** optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos autorais patrimoniais, 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:

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

4.2.3.2 Estabeleçam que o **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos autorais patrimoniais, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante o período de contratação da **CONTRATADA** e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

4.3 O **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar as obras mencionadas no **item 4.1** diretamente ou através de terceiros, inclusive com pequenas modificações que não alterem substancialmente a ideia criativa original, durante a vigência deste contrato, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, observados os limites da cessão dos direitos autorais patrimoniais, quando for o caso;

4.4 A critério do **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades, sem que lhes caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**;

4.5 A **CONTRATADA** deverá utilizar, preferencialmente, fontes gratuitas, livres de direitos autorais;

4.6 Não serão objeto de cessão os direitos autorais morais do autor, de acordo com os termos da Lei Federal n. 9.610/1998;

#### CLÁUSULA QUINTA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas para o pagamento deste contrato correrão por conta dos recursos da Dotação Orçamentária a seguir especificada:

Cód. Unidade Orçamentária / Gestora	Ação (P/A/OE)	Região	Destinação de Recursos	Natureza da Despesa
40.101.0004	4801/4802/6968/7352/7353/7354/7360	9900	100	339030 339032 339039
40.101.0006	4754/4756/4757/7306			
40.101.0007	3594/4799/6984/7331/7333/7885/4309			
40.101.0008	4792/4795/6268			
40.101.0009	4775/4775/4777/4778/4779/4780/4798/6271/7318/7319/7320			
40.101.0010	4764/4765/4769/4770			
40.101.0011	4738/4741/4742/4743/4751/7303			
40.101.0012	6612			
40.101.0014	6265			
40.101.0015	4732/4733/47354736/47376269/7302			
40.101.0017	7323/7324/7325/7328/7329/7355/7358/7359			
40.101.0018	6269			
40.101.0019	4753/4755/4758/7305			
40.101.0020	2626/4744			
40.101.0027	7332			

40.101.0029	2050			
-------------	------	--	--	--

## CLÁUSULA SEXTA - DOS PREÇOS

- 6.1 Para efeito de previsão, dá-se ao presente Contrato o valor global anual máximo de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais);

- 

- 6.1.1 O valor anual máximo é meramente estimativo, não cabendo à **CONTRATADA**, portanto, quaisquer direitos de cobrança caso o montante estipulado neste item não seja atingido durante a vigência deste instrumento, porquanto o pagamento ocorrerá em razão da quantidade de serviços efetivamente realizados;

- 

- 6.2 Para fins de estabelecimento dos preços unitários serão considerados os seguintes critérios:

6.2.1 Os preços unitários dos serviços internos realizados pela **CONTRATADA**, sem envolvimento de terceiros, são aqueles discriminados na tabela constante do **APENSO I** deste instrumento, resultantes dos descontos aplicados sobre os valores do catálogo de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado da Bahia – SINAPRO;

6.2.1.1 Na hipótese de a campanha solicitada reunir diversas peças gráficas previstas no Catálogo de Custos vigente da SINAPRO-BAHIA, deverá ser considerado, para fins de remuneração, o custo relativo à criação acrescido do custo da finalização da peça de maior valor, incidindo o desconto previsto no **item 6.2.1**. Para as demais peças gráficas, será considerado apenas o valor relativo ao custo de finalização, incidindo o desconto previsto no **item 6.2.1**.

6.2.2 Pelos serviços de produção realizados por terceiros, decorrentes de **estudos ou criação intelectual** realizados pela **CONTRATADA**, esta receberá honorários de xx% (xxxxxx) incidente sobre os custos de tais serviços;

6.2.3 Pelos serviços de produção realizados por terceiros decorrentes de estudo ou criação do **CONTRATANTE** - hipótese em que a participação da **CONTRATADA** na produção limitar-se-á à revisão da finalização do material gráfico de que trata o **item 3.3.3 e seus subitens** (quando for o caso), contratação, acompanhamento e pagamento –, a remuneração da **CONTRATADA** se dará através de honorários de xx% (xxxx) incidente sobre os custos de tais serviços;

6.2.4 Pela cessão de voz, imagem e direitos autorais de obras, a agência receberá honorários de xx% (xxxx) incidentes sobre os custos de tais direitos;

6.2.4.1 Na hipótese de reutilização de peças, o valor pago aos detentores dos direitos patrimoniais referente à cessão de uso de obras, da voz e de imagem incorporadas às peças publicitárias, o percentual máximo a ser pago pelo MPBA será de 50% (cinquenta por cento) sobre o valor pago inicialmente para tanto.

6.2.5 Pelo cachê de expressão artística necessária às peças publicitárias, a **CONTRATADA** receberá honorários de XX% (xxxxxx) incidente sobre os custos de tais direitos;

6.2.5.1 Considerar-se-á como expressão artística as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive roteiristas, atores, modelos, músicos, fotógrafos, intérpretes, artistas plásticos, ilustradores e demais categorias artísticas;

6.2.5.2 Na reutilização de peças, o percentual máximo a ser pago, incluindo os direitos autorais de imagem, som e voz – será de 50% (cinquenta por cento) sobre o valor do cachê original.

6.3 Para além do pagamento a ser realizado conforme os preços/percentuais supra estabelecidos, serão ressarcidos à **CONTRATADA** os valores por esta efetivamente desembolsados para pagamento a terceiros pelos serviços subcontratados, nos termos do **item 1.2**;

6.4 Pertencem ao **CONTRATANTE** as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, realizadas diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação;

6.5 A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou “comissão de agência”, além dos honorários já previstos neste instrumento, quando da utilização, pelo **CONTRATANTE**, de créditos (espaços comerciais publicitários) que a ela tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação e comunicação em qualquer ação publicitária, sujeitando-se a penalidades cabíveis;

6.6 A **CONTRATADA** não fará jus a honorários sobre valores de veiculação (serviços de terceiros), quando estes gerarem comissão de agência;

6.7 Nos preços computados neste Contrato estão inclusos todos e quaisquer custos necessários ao fiel cumprimento deste instrumento, inclusive todos aqueles relativos a remunerações, encargos sociais, previdenciários e trabalhistas de todo o pessoal disponibilizado pela **CONTRATADA** para a execução do objeto, materiais empregados, inclusive ferramentas e fardamentos, transportes de qualquer natureza, depreciação, aluguéis, seguros, administração, tributos e emolumentos.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA – DOS ACRÉSCIMOS E DAS SUPRESSÕES**

•

7.1 A **CONTRATADA** se obriga a aceitar, quando solicitado e devidamente motivado pela Administração, nas mesmas condições estabelecidas neste instrumento, os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto, de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, na forma dos §§ 1º e 2º do art. 143 da Lei Estadual-BA nº 9.433/2005;

7.2 As supressões poderão ser superiores a 25% (vinte e cinco por cento), desde que haja resultado de acordo entre os contratantes.

#### **CLÁUSULA OITAVA - DAS CONDIÇÕES DO PAGAMENTO E DA RETENÇÃO DOS TRIBUTOS**

8.1 OS faturamentos referentes ao objeto deste contrato serão efetuados após a execução de cada serviço e o pagamento será processado mediante apresentação, pela **CONTRATADA**, de fatura e Nota Fiscal relativa à prestação dos serviços, e se concluirá no prazo de 08 (oito) dias úteis a contar da data de apresentação da documentação, desde que não haja pendência a ser regularizada;

- 8.1.1 A documentação deverá estar acompanhada do **TERMO DE ACEITE** pelo **CONTRATANTE**, relativo à prestação de cada serviço pela **CONTRATADA**;

•

- 8.1.2 Verificando-se qualquer pendência impeditiva do pagamento, será considerada data da apresentação da documentação aquela na qual foi realizada a respectiva regularização;

8.2 Em observância ao art. 15 da Lei Federal nº. 12.232/2010, os custos e as despesas de veiculação apresentados ao **CONTRATANTE** para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;

8.3 As notas fiscais/faturas far-se-ão acompanhar de documentação probatória relativa ao recolhimento dos tributos, que tenham como fato gerador o objeto consignado na **CLÁUSULA PRIMEIRA**, referente aos serviços faturados;

8.4 A Nota Fiscal emitida por terceiros – que deverá ser anexa à Nota Fiscal do serviço prestado pela contratada – será emitida em nome do Ministério Público do Estado da Bahia, aos cuidados da contratada;

- 
- 8.5 O **CONTRATANTE** realizará a retenção de impostos ou outras obrigações de natureza tributária, de acordo com a legislação vigente;

- 
- 8.6 O pagamento será efetuado através de ordem bancária, para crédito em conta corrente e agência indicadas pela **CONTRATADA**, preferencialmente em banco de movimentação oficial de recursos do Estado da Bahia;

- 
- 8.7 A atualização monetária dos pagamentos devidos pelo **CONTRATANTE**, em caso de mora, será calculada considerando a data do vencimento da obrigação e do seu efetivo pagamento, de acordo com a variação do INPC do IBGE *pro rata tempore*, observado, sempre, o disposto no **item 8.1.2**.

#### **CLÁUSULA NONA – DO REAJUSTAMENTO E DA REVISÃO DE PREÇOS**

9.1 Os preços pactuados não são passíveis de reajustamento, nos termos do inc. XXV do art. 8º da Lei Estadual nº. 9.433/2005, ante as peculiaridades dos serviços contratados, cujos preços referenciais têm por base tabela específica produzida pelo sindicato da categoria profissional correlata – SINAPRO/BA, os quais não possuem periodicidade e índices pré-estabelecidos para alteração de valores;

- 9.2 A revisão de preços nos termos do inc. XXVI do art. 8º da Lei Estadual nº. 9.433/2005, por interesse da **CONTRATADA**, dependerá de requerimento formal, instruído com a documentação que comprove o desequilíbrio econômico-financeiro do Contrato. Deverá ser instaurada pelo **CONTRATANTE**, entretanto, quando este pretender recompor o preço que se tornou excessivo;

- 
- 9.2.1 A revisão de preços, se ocorrer, deverá ser formalizada através de celebração de Aditivo Contratual.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – DA VIGÊNCIA**

O prazo de vigência do presente Contrato é de 12 (doze) meses, a contar da data de publicação do seu resumo no Diário de Justiça Eletrônico, admitindo-se a sua prorrogação por sucessivos períodos, limitados a 60 (sessenta) meses, nos termos do inciso II do artigo 140 da Lei Estadual - BA nº 9.433/2005.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

11 Além das determinações contidas na **CLÁUSULA SEGUNDA** e no processo de Licitação que originou este instrumento – que aqui se consideram literalmente transcritas, bem como daquelas decorrentes de lei, a **CONTRATADA**, obriga-se a:

11.1 Promover a perfeita execução contratual de acordo com as especificações técnicas determinadas pela Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE** e demais exigências constantes no instrumento convocatório e no presente contrato, conforme preços e prazos estipulados, não podendo eximir-se da obrigação, ainda que parcialmente, sob a alegação de falhas, defeitos ou falta de pessoal, materiais e/ou peças;



11.1.1 Incumbe à **CONTRATADA** a responsabilidade integral pelos atrasos nos prazos de entrega decorrentes de descumprimentos de orientações da Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE** e de seus prepostos;

11.2 Acatar as orientações e o gerenciamento dos trabalhos por parte da equipe técnica da Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE**;

11.3 Obter a aprovação prévia e expressa da Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE** para a contratação de serviços de terceiros, bem como para assumir quaisquer despesas de criação e finalização, produção, divulgação/veiculação e quaisquer outras relacionadas com o objeto deste Contrato;

11.4 Enviar para aprovação do **CONTRATANTE** os layouts e roteiros das peças produzidos, preferencialmente por meio digital (e-mail), no(s) formato(s) solicitado(s) pela Assessoria de Publicidade;

11.4.1 Compete à **CONTRATADA**, após a conclusão dos serviços, enviar os arquivos supra referidos por meio eletrônico, preferencialmente, para a Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE**, quando por esta solicitado, nos formatos “aberto” e “fechado” (finalizado), sem ônus adicional;

11.5 Encaminhar, imediatamente após a conclusão dos serviços ou em periodicidade a combinar com o **CONTRATANTE**, para constituir o acervo da Assessoria de Publicidade do Ministério Público do Estado da Bahia, sem ônus para este:

11.5.1 TV e Cinema: uma cópia em fita XDCam, contendo o(s) arquivo(s) em full HD, uma cópia em Betacam e uma cópia em DVD contendo o(s) arquivo(s) em mpeg ou formato similar compatível para publicação no ambiente web;

11.5.2 Internet: uma cópia em mídia (CD/DVD), com os arquivos que constituíram a campanha ou peça, com arquivos em alta resolução, nos formatos “aberto” e “fechado” (finalizado), com as fontes utilizadas;

11.5.3 Rádio: uma cópia em mídia (CD/DVD), com arquivo áudio e mp3 ou formato similar;

11.5.4 Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD/DVD, com arquivos em alta resolução, nos formatos “aberto” e “fechado” (finalizado), com as fontes utilizadas;

11.6 Enviar preposto(s) para reuniões com o **CONTRATANTE**, sempre que solicitado, de acordo com a demanda explicitada pela Assessoria de Publicidade deste, inclusive para tratar da aprovação de serviços e da definição de ações de trabalho;

11.7 Manter contato formal, por escrito, com a Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE** para atendimento e posicionamento sobre as demandas, sempre que houver serviços em andamento;

11.8 Ceder definitivamente ao **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais relativos à autoria sobre o resultado final dos serviços ou do material advindo dos serviços objetos de publicidade e propaganda;

11.9 Providenciar o necessário registro e aprovação dos materiais e serviços junto aos Órgãos competentes;

11.10 Manter sob sua exclusiva responsabilidade a supervisão e direção da mão de obra utilizada na execução dos serviços objeto deste contrato;

11.11 Prestar diretamente o objeto contratado, não o transferindo a outrem, no todo ou em parte, ressalvando-se apenas os casos de subcontratação parcial autorizada pelo **CONTRATANTE**, cisão, fusão

ou incorporação da **CONTRATADA**, desde que não impeçam os compromissos pactuados neste instrumento contratual;

11.12 Manter durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

11.12.1 Incumbe à **CONTRATADA** manter, em quantidade e nível técnico, o corpo de profissionais apresentado à licitação para comprovação da capacidade de atendimento do proponente, de forma a garantir a perfeita e ininterrupta execução dos serviços contratados, não sendo aceitáveis atrasos sob a justificativa de férias, descanso semanal, licenças em geral, faltas ao serviço, demissão e outros análogos;

11.13 Designar preposto do setor de Atendimento que detenha poderes para resolução de possíveis ocorrências e falhas detectadas durante a execução contratual, responsabilizando-se pelo bom andamento desta;

11.14 Respeitar e fazer com que seus empregados respeitem as normas gerais de segurança do trabalho, identificação, disciplina e outros regulamentos instituídos pelo **CONTRATANTE**, bem como atentar para as regras de cortesia no local onde serão executados os serviços objeto deste Contrato;

11.15 Promover o imediato afastamento, da execução do objeto contratual, de empregados e/ou prepostos cuja permanência se demonstre em desacordo com este instrumento, ou, ainda, com a moralidade e a ética, correndo, por exclusiva conta da **CONTRATADA**, quaisquer ônus decorrentes das leis trabalhistas e previdenciárias, bem como qualquer outra que tal fato imponha;

11.16 Determinar e providenciar a realização regular dos exames de saúde, na forma da lei, dos trabalhadores empregados na consecução do objeto deste ajuste, bem como arcar com todas as despesas decorrentes de transporte, fardamento, alimentação e todas as demais obrigações especificadas nos dissídios ou convenções coletivas;

11.17 Realizar o pagamento de todas as remunerações, auxílios e indenizações cabíveis e previstos na Legislação Trabalhista, bem como de todos os encargos previdenciários relativos aos empregados designados para atividades relacionadas com a execução do presente contrato, sendo-lhe defeso invocar a existência deste para tentar eximir-se daquelas obrigações ou transferi-las ao **CONTRATANTE**;

11.18 Responsabilizar-se pelo cumprimento das exigências previstas na legislação profissional específica e pelos encargos fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato, bem como observar e respeitar as legislações Federais, Estaduais e Municipais atinentes ao presente contrato;

- 11.18.1 A eventual retenção de tributos pelo **CONTRATANTE** não implicará na responsabilização deste, em hipótese alguma, por quaisquer penalidades ou gravames futuros, decorrentes de inadimplemento(s) de tributos pela **CONTRATADA**;

•

11.19 Emitir notas fiscais/faturas de acordo com a legislação, contendo descrição de bens (quando couber) e serviços, indicação de quantidades, preços unitários e valor total;

11.20 Responder perante o **CONTRATANTE** no que concerne à conduta e pontualidade dos empregados designados para atividades relacionadas com a execução do presente contrato, substituindo-os, sem ônus, em caso de ausências, por motivo justificado ou não;

11.21 Arcar, quando da execução do objeto contratual, com todo e qualquer dano ou prejuízo, independentemente da natureza, causado ao **CONTRATANTE** e/ou a terceiros, ainda que por sua culpa, em consequência de erros, imperícia própria ou de auxiliares que estejam sob sua responsabilidade, bem como ressarcir ao **CONTRATANTE** todos os custos decorrentes de paralisação ou interrupção dos serviços contratados, exceto quando isto ocorrer por sua solicitação, ou ainda por caso fortuito ou força

maior, desde que tais circunstâncias sejam formalmente comunicadas ao **CONTRATANTE** no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas após a sua ocorrência;

11.22 Providenciar e manter atualizadas todas as licenças e alvarás junto às repartições competentes que, porventura, sejam necessários à execução do contrato;

11.23 Não introduzir, seja a que título for, nenhuma modificação na especificação do objeto contratado, sem o consentimento prévio, e por escrito, do **CONTRATANTE**;

11.24 Atender de imediato às recusas ou determinações, pelo **CONTRATANTE**, de (re)adequação de serviços que não estejam sendo ou não tenham sido executados de acordo com a Ordem de Serviço, as Normas Técnicas, o material especificado/definido e/ou em conformidade com as condições deste contrato ou do Edital constante no processo licitatório que o originou, providenciando sua imediata reparação, correção, substituição e/ou realização, sem ônus para o **CONTRATANTE**;

11.25 Permitir e oferecer condições para a mais ampla e completa fiscalização durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e à execução contratual, e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização;

11.25.1 A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna do **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução contratual;

11.26 Comunicar formalmente ao **CONTRATANTE** qualquer anormalidade que interfira no bom andamento e resultado da execução do contrato;

11.27 Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelo **CONTRATANTE**, durante a vigência deste instrumento, no prazo máximo de 01 (um) dia útil, contado da data de solicitação;

11.28 Manter, durante o período mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas;

11.29 Adotar todas as providências cabíveis e imediatas em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções do serviço, a partir da comunicação da Assessoria de Publicidade do **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data das ocorrências, desde que aquelas não sejam causadas pela própria **CONTRATADA** ou por terceiros por ela contratados.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

12 O **CONTRATANTE**, além das obrigações contidas neste contrato por determinação legal, obriga-se a:

12.1 Fornecer à **CONTRATADA** todas as informações necessárias para que a mesma possa executar plenamente o objeto contratado, inclusive no que tange aos esclarecimentos que possam ser solicitados;

12.2 Realizar os pagamentos devidos pela execução do contrato, nos termos e condições previstos nas **CLÁUSULAS SEXTA e OITAVA**;

12.3 Permitir e facilitar o acesso dos empregados autorizados da **CONTRATADA** às instalações físicas do **CONTRATANTE**, nos locais e na forma eventualmente necessários para a execução dos serviços;

12.4 Determinar a prioridade dos serviços e controle dos prazos de execução dos mesmos, dirimindo as dúvidas acerca de quaisquer casos concernentes a estes assuntos;

12.5 Resolver todo e qualquer caso singular, duvidoso ou omissivo, não previsto neste instrumento ou no processo de licitação que o originou, que se relacione com o objeto da presente contratação;

12.6 Acompanhar e fiscalizar o fiel cumprimento dos prazos e das condições de realização do presente contrato, notificando a **CONTRATADA**, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na execução do objeto, para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;

12.7 Fornecer à **CONTRATADA**, mediante solicitação formal, atestado de capacidade técnica, quando o fornecimento do objeto atender satisfatoriamente os prazos de entrega, qualidade e demais condições previstas neste Contrato.

### CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

13.1 Na forma das disposições estabelecidas na Lei Estadual-BA nº 9.433/2005, o **CONTRATANTE** designará servidor(es), **por meio de Portaria específica para tal fim**, para a fiscalização deste contrato, tendo poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste instrumento;

13.2 Incumbe à fiscalização acompanhar e verificar a perfeita execução do contrato, em todas as suas fases, competindo-lhe, primordialmente:

- 13.2.1 Acompanhar o cumprimento deste instrumento e anotar, em registro próprio, as ocorrências relativas à execução do contrato, determinando as providências necessárias à correção de falhas, irregularidades e/ou defeitos, podendo ainda suspender-lhes a execução, sem prejuízos das sanções contratuais legais;
- 13.2.2 Transmitir à **CONTRATADA** instruções, e comunicar alterações de prazos, cronogramas de execução e especificações do projeto, quando for o caso;
- 13.2.3 Dar imediata ciência a seus superiores e ao órgão central de controle, acompanhamento e avaliação financeira de contratos e convênios, dos incidentes e ocorrências da execução que possam acarretar a imposição de sanções ou a rescisão contratual;
- 13.2.4 Adotar, junto a terceiros, as providências necessárias para a regularidade da execução do contrato;
- 13.2.5 Promover a verificação dos serviços já efetuados, emitindo a competente habilitação para o recebimento de pagamentos;
- 13.2.6 Esclarecer prontamente as dúvidas da **CONTRATADA**, solicitando ao setor competente do **CONTRATANTE**, se necessário, parecer de especialistas;
- 13.2.7 Cumprir as diretrizes traçadas pelo órgão central de controle, acompanhamento e avaliação financeira de contratos e convênios;
- 13.2.8 Fiscalizar a obrigação da **CONTRATADA** de manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, bem como o regular cumprimento das obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato;

13.3 A fiscalização, pelo **CONTRATANTE**, não desobriga a **CONTRATADA** de sua responsabilidade quanto à perfeita execução do objeto contratual;

- 13.3.1 A ausência de comunicação, por parte do **CONTRATANTE**, sobre irregularidades ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas neste contrato;

13.4 O **CONTRATANTE** poderá recusar, sustar e/ou determinar o desfazimento/refazimento, quando couber, de serviços que não estejam sendo ou não tenham sido executados de acordo com as Normas Técnicas e/ou em conformidade com as condições deste contrato ou do Edital constante no processo licitatório que o originou, ou ainda que atentem contra a segurança de terceiros ou de bens;

- 13.4.1 Qualquer serviço considerado não aceitável, no todo ou em parte, deverá ser refeito, reparado ou substituído pela **CONTRATADA**, às suas expensas;
- 
- 13.4.2 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará na dilação do prazo de execução, salvo expressa concordância do **CONTRATANTE**;

13.5 O **CONTRATANTE** poderá determinar o afastamento momentâneo, de suas dependências ou do local da execução do contrato, de empregados ou prepostos da **CONTRATADA**, cuja permanência venha embarçar ou dificultar a ação fiscalizadora;

13.6 Para fins de fiscalização, o **CONTRATANTE** poderá solicitar à **CONTRATADA**, a qualquer tempo, os documentos relacionados com a execução do presente contrato.

#### CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA GARANTIA CONTRATUAL

14.1 A **CONTRATADA** deverá apresentar ao **CONTRATANTE**, no ato da assinatura do contrato, garantia de 5% (cinco por cento) do valor global do contrato, podendo optar por uma das modalidades previstas no parágrafo 1º do art. 136 da Lei Estadual nº 9.433/2005.

14.1.1 Na hipótese de exigência do instrumento contratual pela instituição financeira para a emissão de apólice, a **CONTRATADA** terá o prazo de 10 (dez) dias corridos, contados da assinatura do contrato, para o cumprimento da exigência mencionada no **item 14.1**.

14.1.2 A ausência de apresentação da garantia pela **CONTRATADA**, no prazo estipulado nesta cláusula, se configura como hipótese de pendência impeditiva do pagamento, nos termos do **item 8.1** deste instrumento, sem prejuízos das sanções contratuais e legais aplicáveis à matéria, em especial o art. 167, inciso X, Lei Estadual nº 9.433/2005;

14.2 A garantia, em qualquer das modalidades, responderá pelo inadimplemento das obrigações contratuais e pelas multas impostas, independentemente de outras cominações legais;

14.2.1 A **CONTRATADA** fica obrigada a, durante toda a vigência do contrato, reforçar o valor da garantia sempre que esta for utilizada para o adimplemento de obrigações e/ou multas;

14.3 A garantia, quando prestada nas modalidades seguro-garantia ou fiança bancária, deverá ser emitida por instituição devidamente habilitada/credenciada para tal mister, e estar vigente até, pelo menos, 03 (três) meses após o término da vigência do contrato, devendo ser renovada a cada eventual prorrogação do mesmo;

14.4 Caso haja a celebração de aditivo/apostilamento contratual que enseje acréscimo ao valor contratado, a **CONTRATADA** fica obrigada a complementar a garantia, em igual proporção, antes da consagração do aditamento/apostila;

14.4.1 Nos termos do art. 20 do Decreto Estadual nº 13.967/2012, na hipótese de a **CONTRATADA** se negar a efetuar o reforço da garantia, dentro de 10 (dez) dias contados da data de sua convocação, será aplicada multa no percentual de 2,5% (dois e meio por cento) incidente sobre o valor global anual efetivamente contratado;

14.5 A garantia, quando prestada na modalidade caução, somente será restituída à **CONTRATADA**, no montante a que esta fizer jus, após o integral cumprimento/adimplemento de todas as obrigações contratuais e multas, observadas as regras impeditivas de pagamento constantes na **CLÁUSULA OITAVA**;

14.5.1 A garantia, quando prestada em dinheiro, será atualizada monetariamente segundo critérios da instituição bancária onde se procedeu ao depósito;

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS PENALIDADES**

15.1 A **CONTRATADA** sujeitar-se-á às sanções administrativas previstas na Lei Estadual-BA nº 9.433/2005, as quais poderão vir a ser aplicadas após o prévio e devido processo administrativo, assegurando-lhe, sempre, o contraditório e a ampla defesa;

15.2 Em caso de inadimplemento parcial ou total de obrigações pela **CONTRATADA**, e não sendo suas justificativas aceitas pelo **CONTRATANTE**, àquela poderão ser aplicadas, observado o disposto no item anterior, as seguintes penalidades:

- 15.2.1 Multa;
- 
- 15.2.2 Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de até 05 (cinco) anos;
- 
- 15.2.3 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes desta punição e até que seja promovida sua reabilitação perante a Administração Pública Estadual;
- 
- 15.2.4 Descredenciamento do sistema de registro cadastral.

15.3 Nas hipóteses de aplicação das sanções previstas nos **subitens 15.2.2 a 15.2.4**, estas serão impostas à **CONTRATADA** cumulativamente com multa;

15.4 A inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará a **CONTRATADA** à multa de mora, que será aplicada **por infração**, e graduada de acordo com a gravidade desta, obedecidos os seguintes limites máximos:

- 15.4.1 - 10% (dez por cento) sobre o valor do Contrato, em caso de descumprimento total da obrigação;
- 
- 15.4.2 - 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o 30º (trigésimo) dia de atraso, sobre o valor total da parte do serviço não realizado;
- 
- 15.4.3 - 0,7% (sete décimos por cento) por cada dia de atraso subsequente ao 30º (trigésimo), sobre o valor da parte do serviço não realizado;

15.5 A aplicação de multa à **CONTRATADA** não impede que a Administração rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas na Lei Estadual-BA nº 9.433/2005;

15.6 Quando aplicadas, as multas deverão ser pagas espontaneamente no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, ou serem deduzidas do pagamento a ser efetuado pelo **CONTRATANTE**, caso este deva ocorrer dentro daquele prazo;

15.6.1 Na hipótese de ausência de adimplemento voluntário e impossibilidade de dedução, as multas serão descontadas da garantia contratual ou, na inviabilidade desta, cobradas judicialmente;

15.7 Os custos correspondentes a danos e/ou prejuízos causados por culpa ou dolo da **CONTRATADA** deverão ser ressarcidos ao **CONTRATANTE** no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da notificação administrativa, sob pena de, sem prejuízo do ressarcimento, serem considerados como hipótese de inadimplemento contratual, sujeita, portanto, à aplicação das sanções administrativas previstas nesta Cláusula;

15.8 A aplicação de multas não tem caráter compensatório, e o seu pagamento não eximirá a **CONTRATADA** da responsabilidade por perdas e/ou danos decorrentes das infrações cometidas.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA RESCISÃO**

16.1 A inexecução total ou parcial do Contrato ensejará a sua rescisão, com as consequências contratuais previstas no Capítulo IX, Seção VIII - Da Inexecução e da Rescisão dos Contratos, da Lei Estadual-BA nº 9.433/2005;

16.2 O **CONTRATANTE** poderá rescindir unilateral e administrativamente o presente Contrato, nas hipóteses previstas nos incisos I a XVI, XX e XXI do art. 167 da Lei Estadual-BA nº 9.433/2005;

16.3 Havendo rescisão administrativa do presente contrato, baseada em alguma das hipóteses previstas nos incisos II a XII do art. 167 da Lei Estadual-BA nº 9.433/2005, o **CONTRATANTE** poderá adotar, no que couber, quaisquer das medidas discriminadas no art. 169 do supracitado diploma legal.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA AUSÊNCIA DE VÍNCULO EMPREGATÍCIO**

17.1 A utilização de mão de obra pela **CONTRATADA**, para execução dos serviços objeto do presente contrato não ensejará, em nenhuma hipótese, vínculo empregatício com o **CONTRATANTE**;

17.2 Fica garantido o direito de regresso do **CONTRATANTE**, perante a **CONTRATADA**, para ressarcimento de toda e qualquer despesa trabalhista, previdenciária ou de cunho indenizatório que venha a ser condenado a pagar, na eventual hipótese de vir a ser demandado judicialmente, relativamente à execução do objeto contratual, por qualquer empregado ou subcontratado da **CONTRATADA** ou por qualquer pessoa que, ainda que irregularmente, execute o objeto contratual.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO**

Integram o presente contrato, como se nele estivessem transcritas, as cláusulas e condições estabelecidas no edital do processo de Licitação que o originou, referido no preâmbulo deste instrumento, bem como a proposta da **CONTRATADA** apresentada no referido expediente, naquilo que não diverja deste ajuste.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DA PUBLICIDADE**

O **CONTRATANTE** será responsável pela publicação do resumo deste instrumento no Diário da Justiça Eletrônico (DJ-e) do Poder Judiciário do Estado da Bahia, no prazo de 10 (dez) dias corridos, contados a partir da sua assinatura.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA – DO FORO**

Fica eleito o Foro da Cidade do Salvador-Bahia, que prevalecerá sobre qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente Contrato.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

21.1 O **CONTRATANTE** não responderá por quaisquer compromissos assumidos perante terceiros pela **CONTRATADA**, ou seus prepostos e/ou subcontratados, ainda que vinculados à execução do presente Contrato;

21.2 A **CONTRATADA** não poderá caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;

21.3 A inadimplência da **CONTRATADA**, com relação a quaisquer custos, despesas, tributos, exigências ou encargos previstos neste Contrato, não transfere ao **CONTRATANTE** a responsabilidade pelo seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato;

21.4 Aplicar-se-á a Lei Estadual-BA nº 9.433/2005 para dirimir toda e qualquer questão legal relativa à execução deste contrato, em especial os casos omissos;

21.5 Fica assegurado ao **CONTRATANTE** o direito de alterar unilateralmente o Contrato, mediante justificação expressa, nas hipóteses previstas no inciso I do art. 143 da Lei Estadual-BA nº 9.433/2005, para melhor adequação às finalidades de interesse público, desde que mantido o equilíbrio econômico-financeiro original do contrato e respeitados os demais direitos da **CONTRATADA**;

21.6 Não caracterizam novação contratual eventuais variações do valor contratual resultantes de reajustamento e/ou revisão de preços, de compensações financeiras decorrentes das condições de pagamento nele previstas ou, ainda, de alterações de valor em razão da aplicação de penalidades;

E, por assim estarem justos e contratados, firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que o subscreverem, para que produza seus efeitos legais, após a publicação na Imprensa Oficial.

Salvador, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

**Ministério Público do Estado da Bahia**  
**Frederico Wellington Silveira Soares**  
Superintendente

**CONTRATADA**  
**Representante Legal**  
Cargo

TESTEMUNHAS:

1ª Testemunha:

2ª Testemunha:

\_\_\_\_\_  
Nome:  
CPF/MF:

\_\_\_\_\_  
Nome:  
CPF/MF:





**INSTITUCIONAL**

<b>PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Calendário Anual Institucional	05 (cinco) dias úteis	33.260,90	
Calendário Anual Promocional		16.717,52	
Cases de Marketing / Mídia / RP	10 (dez) dias úteis	23.334,87	
Planejamento da Comunicação Municipal (capital)		20.896,90	
Planejamento da Comunicação Municipal (interior)		9.099,90	
Planejamento da Comunicação Estadual		26.121,13	
Planejamento da Comunicação Regional		43.535,21	
Planejamento da Comunicação Nacional		60.949,29	

<b>MARCA</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Marca de empresa	05 (cinco) dias úteis	10.943,70	
Marca de produto		16.466,29	
Marca de empreendimento imobiliário		1.945,17	
Marca de eventos		2.858,55	
Marca de identidade visual (por lâmina)		558,18	

**PRODUÇÃO GRÁFICA**

<b>COMUNICAÇÃO EXTERIOR</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>			<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
		<b>Criação (R\$)</b>	<b>Finalização (R\$)</b>	<b>Total (R\$)</b>	
Balão	03 (três) dias úteis	476,66	318,34	795,00	
Busdoor		996,10	665,42	1.661,52	
Empena		1.878,78	1.252,53	3.131,31	
Envelopamento de Veículos		1.492,60	995,06	2.487,66	
Faixa		292,25	194,84	487,09	
Mobiliário urbano		1.878,78	1.252,53	3.131,31	
Outdoor		1.946,98	1.297,98	3.244,95	
Painel All Type		365,32	243,54	608,85	
Painel Eletrônico		2.296,30	1.530,85	3.827,15	
Painel / Frontlight / backlight		2.390,24	1.593,48	3.983,72	
Placa Sinalização		365,32	243,54	608,87	
Tapume (por m²)		323,57	215,71	539,28	
Totem		1.513,47	1.008,97	2.522,44	

<b>ANÚNCIO JORNAL</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>			<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
		<b>Criação (R\$)</b>	<b>Finalização (R\$)</b>	<b>Total (R\$)</b>	
Até 1/8 de página	03 (três) dias úteis	604,00	392,59	996,60	
Acima 1/8 até 1/4		905,99	538,86	1.489,85	



Acima 1/4 até 1/2		1.035,43	944,82	1.980,25	
Acima 1/2 até 1 página		1.591,96	1.435,21	3.027,17	
Página Dupla		3.307,60	2.372,84	5.680,44	
Multipage		3.997,88	1.944,29	5.942,17	

ANÚNCIO REVISTA	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
até 1/3 página	03 (três) dias úteis	579,91	386,62	966,53	
1/2 Página		658,06	460,65	1.118,71	
2/3 Página		1.159,84	773,22	1.933,07	
1 Página		1.739,76	1.159,84	2.899,60	
Página Dupla		2.824,19	2.588,38	5.412,58	

IMPRESSOS	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Anexo Conta (por lâmina)	03 (três) dias úteis	319,23	212,83	532,06	
Book (por lâmina)		285,04	190,03	475,07	
Calendário (por lâmina)		872,21	581,47	1.453,67	
Capas (Caderno/Catálogo/Livro/Etc.)		1.539,20	1.026,13	2.565,33	
Cartão Comemorativo/Postal		1.219,95	813,30	2.033,25	
Cartaz		792,40	528,26	1.320,67	
Cinta		719,17	479,44	1.198,62	
Convite		1.122,72	576,41	1.699,13	
Cupom/Ficha de Inscrição		330,64	220,42	551,07	
Diploma/Certificado		575,78	381,96	957,73	
Encarte de Varejo (por lâmina)		1.191,46	794,29	1.985,75	
Etiqueta / Tag		250,84	167,22	418,06	
Folheto/Folder (por cm <sup>2</sup> )		2,75	1,84	4,59	
Jornal Interno (por lâmina)		1.822,33	1.212,35	3.034,68	
Livro Técnico /Manual/Catálogo (por lâmina)	10 (dez) dias úteis	319,23	212,83	532,06	
Mala Direta /Panfleto/Flyer	03 (três) dias úteis	840,55	559,00	1.399,55	
Papel de Bandeja / Capa de CD		336,35	224,22	560,57	
Portfólio/Relatório (por página)	10 (dez) dias úteis	1.822,33	1.214,26	3.036,59	
Revista / Editorial (por página)	10 (dez) dias úteis	718,29	278,86	1.197,15	
Santinho / Praguinha	03 (três) dias úteis	786,70	524,47	1.311,16	

PAPELARIA	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Bloco de anotações	03 (três) dias úteis	342,04	228,04	570,07	



Cartão personalizado / agradecimento		342,0 4	228,04	570,07	
Cartão de visita		342,0 4	228,04	570,07	
Envelope		380,0 5	254,64	634,69	
Formulário / Papel carta / Ofício		446,5 5	300,24	746,80	
Pasta		481,2 5	323,05	804,30	

### PRODUÇÃO ELETRÔNICA

AUDIOVISUAL	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Spot (30")	03 (três) dias úteis	2.404,91	
Jingle (30")		3.843,75	
Filme / VT Institucional (30")		6.360,23	
Filme / VT Varejo (30")		3.267,36	
VT Cartela Eletrônica		2.197,97	
Vinheta de Assinatura / Patrocínio (por segundo)		255,88	
Audiovisual /Documentário (por minuto)		2.369,39	
Story Board (por quadro)		131,63	

GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO	Prazo para realização do serviço	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Gravação em Midia Digital	03 (três) dias úteis	62,69	
Editoração de Tabela / Gráfico Simples		1.131,92	
Mapa de Localização Simples		1.480,20	
Tratamento de Imagem (Objetos) *		707,82	
Tratamento de Imagem (Paisagens) *		1.179,70	
Tratamento de Imagem (Seres vivos) *		1.415,64	
Tratamento de Imagem c/ Montagens*		2.005,49	

\*Custo por foto

### WEB

WEBSITE / HOTSITE	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Planejamento, Arquitetura, Criação, Implementação e Conteúdo enviado pelo Cliente	10 (dez) dias úteis	8.847,75	
Replicar para Outros Idiomas		30%*	
Gerenciador de Conteúdo		50%*	
Mobile		50%*	

\*Valor a partir do preço inicial do site



<b>LANDING PAGE</b>	<b>Prazo para criação</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Layout, Texto e Produção do HTML (com layout).	05 (cinco) dias úteis	4.128,95	
Layout, Texto e Produção do HTML (sem layout).		2.359,40	

<b>MÍDIA DIGITAL</b>	<b>Prazo para criação</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Planejamento de Mídia	08 (oito) dias úteis	1.769,55	
Criação das Campanhas		1.769,55	
Mensuração dos Resultados		1.769,55	

<b>CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)</b>	<b>Prazo para criação</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Qualquer formato sem animação	03 (três) dias úteis	884,78	
Qualquer formato com animação		1.769,55	
Qualquer formato com rich media (animação avançada)	05 (cinco) dias úteis	3.539,10	

<b>LINKS PATROCIONADOS</b>	<b>Prazo para criação</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Planejamento e Criação	05 (cinco) dias úteis	1.769,55	
Gestão de Campanha		1.769,55	

<b>NEWSLETTER</b>	<b>Prazo para criação</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Produção Editorial	03 (três) dias úteis	1.179,70	
Criação de layout		2.359,40	
Produção HTML		766,81	

<b>E-MAIL MARKETING</b>	<b>Prazo para criação</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Criação de layout	03 (três) dias úteis	1.415,64	
Produção HTML		471,88	



MÍDIAS SOCIAIS	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Análise de Presença (Diagnóstico)	05 (cinco) dias úteis	6.193,43	
Plano de Ações		7.078,20	

MOBILE	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Planejamento de aplicativo para dispositivos móveis (celular, smartphone, tablet).	10 (dez) dias úteis	8.847,75	

**PROMOCIONAL**

PONTO DE VENDA / EMBALAGENS	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Ação Promocional	03 (três) dias úteis			5.224,23	
Adesivo (por cm <sup>2</sup> )		0,89	0,58	1,47	
Bandeirola (por modelo)		891,30	594,21	1.485,51	
Banner		462,38	308,24	770,62	
Cartela / TAG		429,84	286,57	716,41	
Crachá		372,97	248,63	621,60	
Display / Wobbler		1.390,70	927,12	2.317,82	
Faixa de Gôndola /Testeira		670,19	446,80	1.116,98	
MóBILE		872,34	581,56	1.453,90	
Rótulo		2.933,09	1.955,39	4.888,48	
Selo comemorativo		1.921,69	1.281,13	3.202,82	
Troféu		1.883,77	1.255,84	3.139,61	
Caixa simples		1.791,04	1.563,47	3.354,51	
Uniforme simples		737,49	487,63	1.222,12	

BRINDES	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Simple (Aplicação de marca)	03 (três) dias úteis	424,96	283,31	708,27	
Especiais (orçamento específico)					
Agenda	05 (cinco) dias úteis	552,04	368,73	920,77	
Camiseta Especial	03 (três) dias úteis	575,71	383,80	959,51	



**ITENS DIGITAIS**

<b>MÍDIA DIGITAL</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Adaptação e replicação para outros formatos	3 (três) dias úteis	796,43	

<b>ADVERGAMES</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Planejamento advertising in game	10 (dez) dias úteis	3.982,13	
Planejamento		7.964,25	
Game online dtandard		6.371,40	
Mobile		19.910,63	
Game online original		26.547,50	
Social game (jogos para mídias sociais)		26.547,50	

<b>MOBILE</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Criação de aplicativo standard	10 (dez) dias úteis	6.371,40	
Planejamento de aplicativos		3.982,13	
Aplicativo original		26.547,50	
Aplicativos (jogos para mídias sociais)		26.547,50	

<b>NEWSLETTER</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Ferramenta de envio (por mês)	Não se aplica	318,57	
Importação de base (até 20 mil contatos)		530,95	
Implantação e configuração do HTML (por peça)		159,29	
Disparo (20 mil emails)		191,14	
Mensuração (por disparo)		159,29	

<b>MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Gestão de presença Personalização dos canais (wireframeelayout)	Não se aplica	3.982,13	
Produção de conteúdo Textual/ Relacionamento (por mês)		2.654,75	
Produção de conteúdo multimídia		Sob Consulta	
Gestão de ações sociais			



Monitoramento online (por mês)		5.309,50	
Mensuração online (por mês)		2.654,75	
Gerenciamento de whatsapp		2.654,75	



<b>SEO</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Planejamento e criação	Não se aplica	3.185,70	
Gestão		1.592,85	

<b>E-MAIL MARKETING</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Ferramenta de envio (por mês)	Não se aplica	318,57	
Importação de base (até 20 mil contatos)		530,95	
Implantação e configuração do HTML (por peça)		159,29	
Disparo (20 mil e-mails)		191,14	
Mensuração (por disparo)		159,29	

<b>WHATSAPP</b>	<b>Prazo para criação e finalização</b>	<b>Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)</b>	<b>Valor total com desconto de xxx % (R\$)</b>
Card sem animação	3 (três) dias úteis	796,43	
Card com animação		1.592,85	





ANEXO V – CADERNO DE DECLARAÇÕES

MODELO A - PROCURAÇÃO

A Empresa \_\_\_\_\_, CNPJ \_\_\_\_\_, com endereço à \_\_\_\_\_, neste ato representada pelo(s) \_\_\_\_\_ (qualificação completa do diretor ou sócio), CPF \_\_\_\_\_, , pelo presente instrumento de mandato, nomeia e constitui seu (sua) Procurador(a) o(a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, residente à \_\_\_\_\_, como meu mandatário, a quem confiro amplos poderes para, junto ao Ministério Público do Estado da Bahia, praticar todos os atos necessários relativos ao procedimento licitatório na modalidade de **Concorrência 01/2016**, conferindo-lhe, ainda, poderes especiais para interpor e desistir de recursos, confessar, desistir, firmar compromissos ou acordos, receber e dar quitação, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame em nome do proponente.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

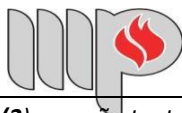
nome e assinatura do representante legal

MODELO B - DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

Empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a). \_\_\_\_\_, RG nº \_\_\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_, sob as penas da lei, em especial as do artigo nº 299 do Código Penal Brasileiro, especificamente para participação na Concorrência nº 01/2016 do Ministério Público do Estado da Bahia, **DECLARA** que:

(1) a proposta apresentada para participar da licitação acima mencionada foi elaborada de maneira independente por este Licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da licitação acima mencionada, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(2) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da licitação acima mencionada não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da licitação acima mencionada, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;



(3) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da licitação acima mencionada quanto a participar ou não da referida licitação;

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

(5) o conteúdo da proposta apresentada para participar da licitação acima mencionada não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do Ministério Público do Estado da Bahia antes da abertura oficial da referida licitação; e

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

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

nome do representante legal e assinatura

#### MODELO C - DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO DE ME E EPP

Empresa \_\_\_\_\_, CNPJ \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a). \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, para

fins de participação da Concorrência nº 01/2016 do Ministério Público do Estado da Bahia, **para fins de Tratamento Diferenciado e Favorecido de que cogita a Lei Complementar nº 123/06, DECLARA que:**

(  ) está enquadrada, na data designada para início da sessão pública, na condição de **microempresa** e que não está incurso nas vedações a que se reporta o § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

(  ) está enquadrada, na data designada para início da sessão pública, na condição de **empresa de pequeno porte** e que não está incurso nas vedações a que se reporta o § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

(  ) Para efeitos do § 1º do art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, na comprovação da regularidade fiscal, cuja regularização, procederei no prazo de 02 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento da declaração do vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, à critério do Ministério Público do Estado da Bahia, cientes de que a não regularização da documentação, no prazo previsto implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei Estadual nº 9.433/05, especialmente definida no art. 192, Inciso I.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.



nome do representante legal e assinatura

**MODELO D - DECLARAÇÃO REFERENTE AO RESPEITO À RESOLUÇÃO N.º 37/2009 DO CNMP**

A Empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a). \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, interessada na participação da **Concorrência nº 01/2016.**, caso seja **VENCEDORA** da licitação mencionada, para fins de contratação com o Ministério Público do Estado da Bahia, em atendimento aos artigos 1º e 2º da Resolução nº 37/2009 do CNMP, **declara** que não possui sócios, gerentes ou diretores que sejam cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de membros ou de servidores ocupantes de cargo de direção, chefia ou assessoramento no âmbito do Ministério Público do Estado da Bahia.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
**Nome do Representante Legal e Assinatura**

**MODELO E - D E C L A R A Ç Ã O DE PROTEÇÃO AO MENOR**

Empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a). \_\_\_\_\_, portador do CPF nº \_\_\_\_\_, **DECLARA** sob as penas da Lei: **por atendimento ao art. 98, V da LEI nº 9433/05**, que não emprega menores de 18 (dezoito) anos na realização de trabalho noturno, perigoso ou



*insalubre e de qualquer trabalho a menores de 16 (dezesseis) anos, salvo, na condição de aprendizes, a partir de 14 (quatorze) anos*

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
nome do representante legal e assinatura