



Nº 01/2016

DATA DE ABERTURA: 30/11/2015

HORA: 15:30

Ministério Público do Estado da Bahia
Procuradoria-Geral de Justiça
Número: 003.0.230931/2015 Original
Data: 30/11/2015 Hora 15:53

Qt Vol. Recebido por: sidney

[Handwritten signature]

EX-01

VOLUME I

Vol. 1

01

PROCESSO

Nº 003.0.230931/2015

DATA: 30/11/2015

SECRETARIA OU ÓRGÃO

Ministério Público do Estado da Bahia

UNIDADE DE ORIGEM

CENTRAL INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO - *CECON*

AUTOR OU INTERESSADO

DANIELA CAIRO

ASSUNTO

Prestação de serviços de publicidade e propaganda.



MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA

AUTORIZAÇÃO PARA LICITAÇÃO

003.0.230931/2015
ETIQUETA DE PROTOCOLO

UNIDADE EXECUTORA

0029 - Central Integrada de Comunicação Social

CÓD. UNIDS. ORÇAMENTÁRIA E GESTORA Nº DA AUTORIZAÇÃO
40101-0029 02/2015

SOLICITAMOS A AUTORIZAÇÃO DA LICITAÇÃO PARA: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS
 COMPRAS

OBJETO
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

FINALIDADE DA CONTRATAÇÃO DO SERVIÇO/COMPRA

Para atender às necessidades de comunicação das unidades gestoras do Ministério Público do Estado da Bahia nos projetos e campanhas.

ITEM(NS) SOLICITADO(S) (SE O ESPAÇO FOR INSUFICIENTE, UTILIZE A FOLHA DE CONTINUAÇÃO)				
Nº ORD	ESPECIFICAÇÃO DOS ITENS	QT	VALOR UNITÁRIO ESTIMADO (R\$)	VALOR TOTAL ESTIMADO (R\$)
1	Serviços de Publicidade e Propaganda*			1.500.000,00
TOTAL				1.500.000,00

ANEXOS

*Tabela SINAPRO, Termo de Referência, Briefing.

RESPONSÁVEL PELA UNIDADE SOLICITANTE

DATA CARIMBO E ASSINATURA

30/11/15 *Roberta Silva*
Analista Técnico - Publicidade
Matrícula: 353611
Coord. Técnica em exercício

CÓDIGO	DESCRIÇÃO	REGIÃO E FONTE (DESTINAÇÃO)	NATUREZA DA DESPESA	SALDO DE DOTAÇÃO (R\$)
2050	Publicidade Institucional	9900-100	339039**	1.509.690,14**

(**Saldo é o somatório considerando os elementos 32 e 30)

RESPONSÁVEL PELA INFORMAÇÃO

DATA CARIMBO E ASSINATURA

30/11/15 *Antônio Araújo*
Técnico-Administrativo
Mat. 353.507

RESPONSÁVEL PELA UNIDADE GESTORA

DATA CARIMBO E ASSINATURA

30/11/15 *Roberta Silva*
Analista Técnico - Publicidade
Matrícula: 353611

AUTORIZAÇÃO DO SUPERINTENDENTE

DATA CARIMBO E ASSINATURA

16/01/16 *Frederico Wellington Silveira Soares*
Superintendente de Gestão Adm

MODALIDADE

PREGÃO PRESENCIAL PREGÃO ELETRÔNICO CONVITE
 TOMADA DE PREÇO CONCORRÊNCIA OUTRO

NUMERO/ANO TIPO

MENOR PREÇO MELHOR TÉCNICA
 TÉCNICA E PREÇO OUTRO

DATA CARIMBO E ASSINATURA



CI nº 30/2015 – Assessoria de Publicidade/ CECOM

Salvador, 30 de novembro de 2015.

À Senhora
REGINA LÚCIA BRAGA DE ALENCAR COUTO
Diretora de Programação e Gestão Orçamentária
Superintendente de Gestão Administrativa do MP/BA
NESTA

Assunto: Abertura de processo licitatório – Agência de Publicidade

Senhora Diretora,

Encaminho, em anexo, minutas do *briefing* e do termo de referência, para análise e posterior confecção de edital e contrato para abertura de processo licitatório para contratação de nova agência de publicidade e propaganda na modalidade **Concorrência – Melhor Técnica**, com valor anual na ordem de R\$1.500.000,00 (hum milhão e meio de reais).

Atenciosamente,


Roberta Araújo

Coordenadora Técnica em exercício
Assessoria de Publicidade
Central Integrada de Comunicação Social - CECOM

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, incutindo 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/Gestora	Unidade	Ação (P/A/OE)	Região	Destinação de Recursos	Natureza da Despesa
40.101.0029		2050	9900	100	339030 339032 339039
40.101.0027		1109			
40.101.0017		7387			
40.101.0006		6264			

40.101.0008	6268			
40.101.0009	6271			
40.101.0010	6270			
40.101.0011	6404			
40.101.0012	6612			
40.101.0014	6265			
40.101.0015	6266			
40.101.0018	6269			
40.101.0019	2650			
40.101.0020	2626			

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, fato comprovado através de Certificado de Registro Cadastral – CRC, Certificado de Registro Simplificado – CRS, 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 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, freqüentemente 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;

7

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 verifiquem 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;

14.15 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 integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 15.2.4 deverão constar da simulação prevista na alínea 'b'.

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 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).

15.6 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.5:

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.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

15.7 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.

15.8 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 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 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 "passpatour".

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 empregatício com 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. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico.

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.

15.12.7 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas 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 os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico.

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; as peças gráficas deverão integrar o caderno específico; 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.

15.13.2.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo Ministério Público do Estado da Bahia.

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

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 de 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 quesito, 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 subquesto Raciocínio Básico

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

15.18.1.7 12 (doze) pontos no subquesto Ideia Criativa;

15.18.1.8 06 (seis) pontos no subquesto 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 e que deixarem de trazer como anexo a Declaração de Compromisso.

V. CAI

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

Institucional

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	VALOR (R\$)
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

MARCA	VALOR (R\$)
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

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 m ²)	323,57	215,71	539,28
Totem	1.513,47	1.008,97	2.522,44

ANÚNCIO JORNAL	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

ANÚNCIO REVISTA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

IMPRESSOS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 cm²)	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

PAPELARIA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

AUDIOVISUAL	VALOR (R\$)
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

GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO	VALOR (R\$)
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

WEBSITE / HOTSITE	VALOR (R\$)
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

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

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

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

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

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

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

MÍDIAS SOCIAIS	VALOR (R\$)
Análise de Presença (Diagnóstico)	6.193,43
Plano de Ações	7.087,20

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

Promocional

PONTO DE VENDA / EMBALAGENS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Ação Promocional			5.224,23
Adesivo (por cm ²)	089	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
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

BRINDES	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Simples (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

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

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

MOBILE	VALOR (R\$)
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

NEWSLETTER	VALOR (R\$)
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

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	VALOR (R\$)
Gestão de presença	3.982,13
Personalização dos canais (wireframe/layout)	
Produção de conteúdo	2.654,75
Textual/ Relacionamento (por mês)	
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

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

E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$)
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

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

ANEXO IV – SERVIÇOS INTERNOS

INSTITUCIONAL

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	
		Valor total	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

PRODUÇÃO GRÁFICA

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
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	

ANÚNCIO JORNAL	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 1/8 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	

12

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 cm²)		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		342,04	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

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

LANDING PAGE	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 cm²)		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

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

ADVERGAMES	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 (jogo para mídias sociais)		26.547,50	

MOBILE	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

NEWSLETTER	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Gestão de presença	Não se aplica	3.982,13	
Personalização dos canais (wireframeelayout)			
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		

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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

DIRETORIA DO SINAPRO-BAHIA

TRIÊNIO 2012 - 2015

PRESIDENTE:

. LAURA PASSOS (ENGENHONOVO)

VICE-PRESIDENTE:

. ANDRÉ MASCARENHAS (ARTECAPITAL)

DIRETOR SECRETÁRIO:

. AMÉRICO NETO (MIAMÍDIA)

DIRETOR TESOUREIRO:

. PAULO COELHO (MAGO)

DIRETOR DE RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS:

. LUIS EDUARDO LIMA (SLA)

DIRETOR DE ASSUNTOS ÉTICOS:

. CARLOS POGGIO (POGGIO)

DIRETOR DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO:

. PAULI O GERMANO RIBEIRO (BRANDBOOM)

CONSELHO FISCAL

. ALINE LASZA (MARCATIVA)

. FERNANDO CARVALHO (MORFIA)

. MAGNO SANTANA (CRIANTE)

SUPLENTES

. ALINE LASZA - MARCATIVA

. MAGNO SANTANA - CRIANTE

DELEGACIAS REGIONAIS

REGIONAL EXTREMO-SUL: LEONARDO ARAUJO (LADO B)

REGIONAL OESTE: ALINE MACEDO (CARAMBOLA.COM)

REGIONAL RECONCAVO: SANDRO CARVALHO (DESIGN PRINT)

REGIONAL SUL: ROSEMEIRE SOUZA (ART3)

sumário

pág.

institucional	04
produção gráfica	05
produção eletrônica	07
web	08
promocional	10
projetos especiais	11
itens digitais	12
critérios gerais	14
observações	15

institucional

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

	VALOR (R\$)
Calendário Anual Institucional	33.260,90
Calendário Anual Promocional	16.717,52
Cases de Marketing / Mídia / 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

MARCA

	VALOR (R\$)
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
Manual de identidade visual (por lâmina)	558,18

Produção

COMUNICAÇÃO EXTERIOR

	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
Balão			
Busdoor	996,10	665,42	1.661,52
Empresa			
Envelopamento de Veículos	1.492,60	995,06	2.487,66
Faixa			
Mobiliário urbano	1.878,78	1.252,53	3.131,31
Outdoor			
Painel All Type	365,32	243,54	608,85
Painel Eletrônico			
Painel / Frontlight / Backlight	2.390,24	1.593,48	3.983,72
Placa Simulada			
Tapume (por m²)	323,57	215,71	539,28
Tôtem			

ANÚNCIO JORNAL

	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
Acima 1/8 até 1/4	905,99	583,86	1.489,85
Acima 1/2 até 1 página	1.591,96	1.435,21	3.027,17
Multipage	3.997,88	1.944,29	5.942,17

produção gráfica

ANÚNCIO REVISTA	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
1/2 Página	658,06	460,65	1.118,71
1 Página	1.739,76	1.159,84	2.899,60

IMPRESSOS

	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
Book (por lâmina)	285,04	190,03	475,07
Capas (Caderno/Catálogo/Livro/Etc.)	1.539,20	1.026,13	2.565,33
Cartaz	792,40	528,26	1.320,67
Convite	1.122,72	576,41	1.699,13
Diploma/Certificado	575,78	381,96	957,73
Etiqueta/Tag	250,84	167,22	418,06
Jornal Interno (por lâmina)	1.822,33	1.212,35	3.034,68
Mala Direta /Panfleto/Flyer	840,55	559,00	1.399,55
Portfólio/Relatório (por página)	1.822,33	1.214,26	3.036,59
Santinho / Praguinha	786,70	524,47	1.311,16

produção gráfica

PAPELARIA

	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
Cartão personalizado / agradecimento	342,04	228,04	570,07
Envelope	380,05	254,64	634,69
Pasta	481,25	323,05	804,30

produção eletrônica

AUDIOVISUAL

	VALOR (R\$)
Spot (30")	2.404,91
Jingle (30")	3.843,75
Filme / VT Institucional (30")	6.360,23
Filme / VT Varejo (30")	3.267,36
VI 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



produção eletrônica

GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO

	VALOR (R\$)
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

*Custo Por Foto

web

TABELA DE REFERÊNCIA: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DIGITAIS -

WEBSITE / HOTSITE

	VALOR (R\$)
Replicar para Outros Idiomas	30%*
Mobile	50%*

*Valor a partir do preço inicial do site

LANDING PAGE

	VALOR (R\$)
Layout, Texto e Produção do HTML (com layout)	4.128,95

web

MÍDIA DIGITAL

	VALOR (R\$)
Criação das Campanhas	1.769,55

criação e produção de peças (Formatos Padrão IAB)

	VALOR (R\$)
Qualquer formato sem animação	1.769,55
Qualquer formato com animação	1.769,55

LINKS PATROCINADOS

	VALOR (R\$)
Planejamento e Criação	1.769,55
Gestão de Campanha	1.769,55

NEWSLETTER

	VALOR (R\$)
Produção Editorial	2.359,40
Criação de layout	
Produção HTML (e-mail)	

E-MAIL MARKETING

	VALOR (R\$)
Produção do HTML	471,88

MÍDIAS SOCIAIS

	VALOR (R\$)
Plano de Ações	7.078,20

MOBILE

	VALOR (R\$)

176

promocional

PONTO DE VENDA / EMBALAGENS

	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
Ação Promocional			5.224,23
Adesivo (por cm ²)	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
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	1.225,12

BRINDES

	VALOR (R\$)	VALOR (R\$)	VALOR (R\$)
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

MARKETING POLÍTICO

	VALOR (R\$)
Deputado Estadual	66.347,66
Prefeito Interior	66.347,66
Vereador Interior	16.717,52

PUBLICIDADE LEGAL

	VALOR (R\$) CRIAÇÃO	VALOR (R\$) FINALIZAÇÃO	VALOR (R\$) TOTAL
Até 1/2 Página	564,22	376,14	940,36
Página Dupla	2.251,64	1.499,35	3.750,99

itens digitais

MÍDIA DIGITAL	VALOR (R\$)
ADAPTAÇÃO E REPLICAÇÃO PARA OUTROS FORMATOS	796,43

ADVERGAMES	VALOR (R\$)
PLANEJAMENTO DE ADVERTISING IN GAME	3.982,13
PLANEJAMENTO	7.964,25
GAME ONLINE STANDARD	6.371,40
MOBILE	19.910,63
GAME ONLINE ORIGINAL	26.547,50
SOCIAL GAME (JOGO PARA MÍDIAS SOCIAIS)	26.547,50

MOBILE	VALOR (R\$)
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

NEWSLETTER	VALOR (R\$)
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

12

itens digitais

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	VALOR (R\$)
GESTÃO DE PRESEÇA	3.982,13
PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS (wireframe layout)	
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

SEO	VALOR (R\$)
PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO	3.185,70
GESTÃO	1.592,85

E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$)
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

WHATSAPP	VALOR (R\$)
CARD SEM ANIMAÇÃO	796,43
CARD COM ANIMAÇÃO	1.592,85

13

20

critérios gerais

Os critérios seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei n° 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos n° 57.690 de 1° fevereiro de 1966 e n° 2.262, de 26 de junho de 1997.

Custos Internos

Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados nesta Tabela Referencial de Custos Internos e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

Custos Externos

São todos os custos de serviços contratados com fornecedores/terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes anunciantes e que são executados sob supervisão da agência. Os honorários de Agência (taxa de 15%) incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.1.6 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP. Os honorários não incidem sobre custos internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplo: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc. Pelo Parecer Normativo PMSP 01/78, de 31 de dezembro de 1977, publicado no D.O.M.S.P. de 10/08/78, os reembolsos de despesas ou outras despesas, farão parte integrante da receita tributável da Agência, não podendo, pois, serem deduzidos do preço do serviço. Assim sendo, tais reembolsos sofrem uma taxa de alíquota do ISS - Imposto Sobre Serviços. Este tributo deve ser cobrado do cliente nestes casos.

Projetos Especiais

A cobrança de projetos, criação, redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nesta tabela é de livre acerto entre a agência e o cliente.

observações

Sempre que os serviços solicitados pelo cliente à agência não forem finalizados, veiculados ou cancelados por justo motivo, a agência cobrará de acordo com esta tabela a fim de ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção, etc.

Quando houver mudança de briefing que obrigue a agência a repensar e criar uma peça, a agência poderá cobrar até 30% sobre o custo de criação da peça.

Os custos mínimos para campanhas de candidato Governador, Presidente da República ou a outros não-relacionados são a combinar. Caso haja seguimento (caso das prefeituras), haverá um acréscimo de 5% (por cento) em cima dos valores anteriormente estipulados.

Para o interior do Estado, os preços praticados serão de 10% dos valores desta tabela.



www.sinaprobahia.com.br
sinaprobahia@sinaprobahia.com.br

DESPACHO

De ordem do Superintendente de Gestão Administrativa, encaminhe-se o presente expediente à Coordenação de Contratos e Convênios, para elaboração da minuta de contrato para o objeto. Após, à Assessoria Técnica, para análise e parecer.

Em 03 de dezembro de 2015.


Caroline Santana Silva
Assistente Técnico-Administrativo
Mat. 352.218



MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA



COORDENAÇÃO DE CONTRATOS E CONVÊNIOS
SUPERINTENDÊNCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA

SIMP nº: 003.0.230931/2015
Referência: Licitação – Serviços de publicidade

DESPACHO

De ordem, encaminho o expediente à Coordenação de Licitação, com minuta de contrato elaborada por esta unidade.

Salvador, 15 de janeiro de 2016.

Fernanda Peres
Fernanda da Costa Peres
Unidade de Contratos e Convênios
Coordenação de Contratos e Convênios
Superintendência de Gestão Administrativa
Matrícula 352.831



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 XXXXXXXXXX, CNPJ nº. XXXXXXXX, estabelecida à XXXXXX, representada por XXXXXXXX, 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 XXXXXXXX, 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 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 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**;

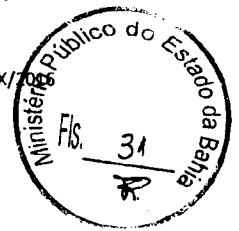
2.8 Para aprovação de **serviços internos**, a **CONTRATADA**, seguindo os prazos estabelecidos em contrato, deverá, preferencialmente, enviar a criação (layouts e roteiros das peças produzidas) por e-mail, no(s) formato(s) solicitado(s) pelo **CONTRATANTE**, ou agendar uma reunião com este para a respectiva 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 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 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, 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
40.101.0029	2050	9900	100	339030 339032 339039
40.101.0027	1109			
40.101.0017	7387			
40.101.0006	6264			
40.101.0008	6268			
40.101.0009	6271			
40.101.0010	6270			
40.101.0011	6404			
40.101.0012	6612			
40.101.0014	6265			
40.101.0015	6266			
40.101.0018	6269			
40.101.0019	2650			
40.101.0020	2626			

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% (xxxxxxx) 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 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 matero: 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;

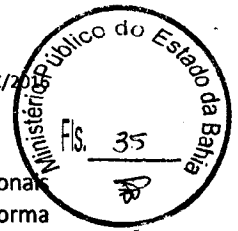
11.8 Ceder definitivamente ao **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais relativos à autoria sobre o resultado final dos serviços ou do material advindo dos serviços objetos de publicidade e propaganda;

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:

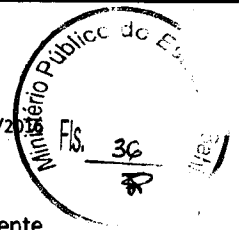
12.1 Fornecer à **CONTRATADA** todas as informações necessárias para que a mesma possa executar plenamente o objeto contratado, inclusive no que tange aos esclarecimentos que possam ser solicitados;

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 embaraçar 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;

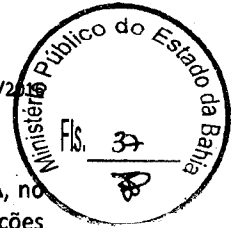
14.2 A garantia, em qualquer das modalidades, responderá pelo inadimplemento das obrigações contratuais e pelas multas impostas, independentemente de outras cominações legais;

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

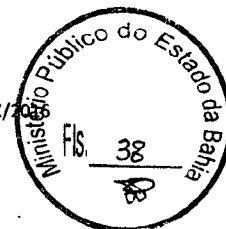
Integram o presente contrato, como se nele estivessem transcritas, as cláusulas e condições estabelecidas no edital do processo de Licitação que o originou, referido no preâmbulo deste instrumento, bem como a proposta da **CONTRATADA** apresentada no referido expediente, naquilo que não diverja deste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

APENSO I – SERVIÇOS INTERNOS
INSTITUCIONAL

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

PRODUÇÃO GRÁFICA

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
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	

ANÚNCIO JORNAL	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 1/8 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	
Cinza		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 cm²)		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		342,04	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**

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	

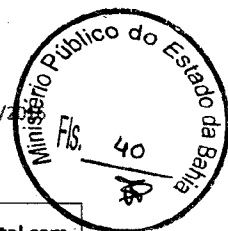
*Custo por foto

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

LANDING PAGE	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	



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

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 ²)		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

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

ADVERGAMES	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 (jogo para mídias sociais)		26.547,50	

MOBILE	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

NEWSLETTER	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 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	



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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

		3965/2014
		3966/2014
		3967/2014
		3968/2014
		3969/2014
		3970/2014
		3972/2014
		0000056-32.2011.805.0099
		0000495-48.2008.805.0099
		0000952-70.2014.805.0099
		0000840-09.2011.805.0099
		726.1136.170342/2014
		726.0.137799/2014
		726.0.197509/2013

Eu, Ediene Santos Lousado, Secretária-Geral do Ministério Público, subscrevi.

GABINETE DO PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA, 07 de outubro de 2014.

MÁRCIO JOSÉ CORDEIRO FAHEL
Procurador-Geral de Justiça

PORTARIANº 1562/2014

O PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DA BAHIA, no uso de suas atribuições legais, com fundamento na Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e na Lei Estadual nº 9.433, de 01 de março de 2005, e, em vista do que dispõe o art. 4º do Ato Normativo nº 021/2012

RESOLVE

Art.1º. Instituir a Comissão Permanente de Licitação - CPL - do Ministério Público do Estado da Bahia, no âmbito da Coordenação de Licitação da Superintendência de Gestão Administrativa, com competência para realizar procedimentos licitatórios nas modalidades Concorrência, Tomada de Preços e Convite.

Art.2º. A Comissão de Licitação será composta pelos servidores Álvaro Medeiros Filho, Monica Fabiane da Silva Sobrinho, Ila Coêlho Coqueijo Fidalgo e Christian Heberth Silva Borges, cabendo a Presidência ao primeiro, e na sua ausência ou impedimento ao subsequente na ordem que se apresenta.

Art. 3º. No caso de licitação na modalidade Convite, a Comissão de Licitação, excepcionalmente, poderá ser substituída por servidor formalmente designado pela autoridade competente.

Art.4º. As decisões da Comissão Permanente de Licitação serão colegiadas, com quórum mínimo de três membros

Art.5º. Os membros da Comissão Permanente de Licitação, no âmbito de sua atuação, responderão solidariamente por todos os atos praticados pela Comissão, salvo se a posição individual divergente estiver fundamentada e registrada em ata lavrada na reunião em que estiver sido tomada a decisão.

Art.6º. A investidura dos membros designados não excederá a 2 (dois) anos, a contar da data da publicação desta Portaria, vedada a recondução de sua totalidade para o período subsequente.

Art.7º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, revogando as disposições em contrário, em especial as Portarias nos 1329/2013, publicada no DJe de 12 de novembro de 2013.

GABINETE DO PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA, 07 de outubro de 2014.

MÁRCIO JOSÉ CORDEIRO FAHEL
Procurador-Geral de Justiça

PORTARIA Nº 035/2016

O PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DA BAHIA, no uso de suas atribuições legais, com fundamento na Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e na Lei Estadual nº 9.433, de 01 de março de 2005, e, em vista do que dispõe o art. 4º do Ato Normativo nº 021/2012, resolve alterar a Portaria nº 1562/2014, publicada no DJE de 08 de outubro de 2014, para excluir da composição da Comissão Permanente de Licitação a servidora Ila Coêlho Coqueijo Fidalgo, e designar a servidora Tatiane de Jesus Melo, Assistente Técnico Administrativo, lotada na Coordenação de Licitação, para integrá-la, permanecendo inalterados os demais termos da referida Portaria.

GABINETE DO PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA, 06 de janeiro de 2016.

MÁRCIO JOSÉ CORDEIRO FAHEL
Procurador-Geral de Justiça

PROCESSOS DEFERIDOS PELO PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA

ALLAN SANTOS GÓIS, Promotor(a) de Justiça de Itabuna. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2014, de pendente confirmar período para gozo de 11/02 a 01/03/2016. SIGAnº 55053.1/2016.

ANTONIO EDUARDO CUNHA SETUBAL, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça no período de 07 a 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25224/2015.

AURIVANA CURVELO DE JESUS BRAGA, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias remanescentes com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 2º período de 2015, de 09 a 11/12/2015 para gozo de 20 a 22/06/2016. SIGA nº 54694.1/2016.

CLÁUDIO JENNER DE MOURA BEZERRA, Promotor(a) de Justiça de Feira de Santana. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça nos dias 07 e 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25079.7/2015.

CLODOALDO SILVA DAANUNCIÇÃO, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça nos dias 07 e 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25271.7/2015.

FABRÍCIO RABELO PATURY, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 07 a 26/01/2016 para gozo de 07 a 26/03/2016. SIGA nº 55038.1/2016.

JOSÉ RENATO OLIVA DE MATTOS, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 07 a 26/01/2016, ficando o novo período de gozo aguardando confirmação em 2018. SIGA nº 55047.1/2016.

JOSÉ RENATO OLIVA DE MATTOS, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 2º período de 2016, de 04 a 23/07/2016, ficando o novo período de gozo aguardando confirmação em 2018. SIGA nº 55046.1/2016.

MARIA ISABEL RODRIGUES DE OLIVEIRA VILELA, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça nos dias 07 e 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25276.7/2015.

NADJA BRITO BASTOS, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça no dia 08/01/2016 e período de 11 a 13/01/2016 por interesse particular. SIGA nºs 25267.7/2015 e 25268.7/2015.

NÍVIA CARVALHO ANDRADE RODRIGUES, Promotor(a) de Justiça de Ribeira do Pombal. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 2º período de 2014, de pendente confirmar período para gozo de 12 a 21/09/2016. SIGA nº 55052.1/2016.

TARCÍSIO MOREIRA CALDAS VIANNA BRAGA, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 07 a 26/01/2016, ficando o novo período de gozo aguardando confirmação em 2017. SIGA nº 55050.1/2016.

VALMIRO SANTOS MACEDO, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 11 a 30/01/2016 para gozo de 07 a 26/01/2016. SIGA nº 55041.1/2015.

*Republicado por haver saído com incorreção.

INQUÉRITOS CIVIS / REQUISIÇÕES MINISTERIAIS:

ORIGEM: PROMOTORIA DE JUSTIÇA REGIONAL ESPECIALIZADA EM MEIO AMBIENTE, DE ÂMBITO REGIONAL, COM SEDE EM TEIXEIRA DE FREITAS/BA

Área: AMBIENTAL

Procedimento: SIMP nº 708.0.239551/2015 - Portaria 11/2015.

Objeto: Esclarecer fatos que chegam ao seu conhecimento, por meio da Companhia Independente de Polícia de Proteção Ambiental - COPPA, sobre irregularidade na captação de água do Rio Mucuri.

Fundamento legal: Princípios Constitucionais e normas legais, em especial, o art. 225 da Constituição Federal e as Leis nºs 9.433/97, 12.651/2012 e 11.428/06.

Data de Instauração: 14/12/2015.

Investigado: Ronaldo Biasutti de Souza.



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

MP - Ba
 Coordenação
 de Licitação
 Fis. 44

LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Mensagem de veto

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPITULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.

§ 2º As Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - 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 desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - 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.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, 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, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente,

instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Art. 3º As pesquisas e avaliações previstas no inciso I do § 1º do art. 2º desta Lei 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 em decorrência da execução do contrato.

Parágrafo único. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2º A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

CAPÍTULO II

DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterà quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei 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 no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

CONTEUDO
ENVOLUCROS

- 12/1) PROTESTA ADESO
 - 12/2) Prop. Fec. N / Identificada
 - 12/3) " " IDENTIFICADA
 - 12/4) Prop. Fec. DEMAS INFORMACOES
- " " " " " " " "

ILEGÍVEL

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, 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 da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, 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.

§ 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente 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 disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um

para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

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

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

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º 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 §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º 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.

§ 7º 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.

§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9º 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 dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2º Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3º A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo "melhor técnica", e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo "técnica e preço";

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei.

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

CAPÍTULO III

DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE

PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

Art. 13. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

Parágrafo único. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à 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 a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.

Art. 15. 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.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante 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.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CAPÍTULO IV

Art. 18. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, 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.

§ 3º O desrespeito ao disposto no § 2º deste artigo constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 19. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

Parágrafo único. (VETADO)

Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

Art. 21. Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

Art. 22. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 29 de abril de 2010; 189º da Independência e 122º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

Este texto não substitui o publicado no DOU de 30.4.2010

Licitação

De: "Roberta Araújo" <roberta.araujo@mpba.mp.br>
Data: quinta-feira, 28 de janeiro de 2016 10:06
Para: "Licitação" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Anexar: Briefing Racismo.docx
Assunto: Re: TR - Licitação de agência de propaganda
Álvaro,

segue o briefing.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete do Procurador-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: Licitação
Sent: Wednesday, January 27, 2016 6:07 PM
To: Roberta Araújo
Subject: Re: TR - Licitação de agência de propaganda

Roberta, Boa Noite!

No TR reporta-se ao briefing (anexo I). Onde está?

Att

Alvaro Medeiros Filho
Coordenador de Licitação
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

From: Roberta Araújo
Sent: Monday, January 25, 2016 4:11 PM
To: Alvaro Medeiros Filho
Cc: [licitacao](mailto:licitacao@mpba.mp.br) ; [Publicidade | CECOM - MPBA](mailto:publicidade@mpba.mp.br)
Subject: TR - Licitação de agência de propaganda

Álvaro,

conforme acordado, segue o Termo de Referência. Qualquer dúvida, estamos à disposição.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete do Procurador-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br
Missão do MPBA: Defender a sociedade e o regime democrático para garantia da cidadania plena.
Missão do MPBA: Defender a sociedade e o regime democrático para garantia da cidadania plena.
Missão do MPBA: Defender a sociedade e o regime democrático para garantia da cidadania plena.

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; Probidade Administrativa e Moralidade Pública e Saúde), cujos detalhes podem ser obtidos no portal 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)
- 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).



PROCESSO Nº 003.0.230931/2015

A

Coordenação do CECOM/MPBA

Encaminhamos o procedimento para
complementação das informações
pertinentes à dotação orçamentária no TR.

Em, 02/02/2016.

Alvaro Medeiros Filho
Coordenador de Licitação
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

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 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 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. Unidade Orçamentária/Gestora	Ação (P/A/OE)	Região	Destinação de Recursos	Natureza da Despesa
40.101.0029	2050	9900	100	339030
40.101.0027	1109			339032
40.101.0017	7387			339039
40.101.0006	6264			

40.101.0008	6268			
40.101.0009	6271			
40.101.0010	6270			
40.101.0011	6404			
40.101.0012	6612			
40.101.0014	6265			
40.101.0015	6266			
40.101.0018	6269			
40.101.0019	2650			
40.101.0020	2626			

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			

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, freqüentemente 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 verifiquem 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 (incluindo 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;

14.15 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 integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 15.2.4 deverão constar da simulação prevista na alínea 'b'.

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 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%20de%20uso%20da%20marca%20mpba%202014.pdf).

15.6 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 15.5:

- 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.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

15.7 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.

15.8 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 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 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 "passpatour".

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 empregatício com 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. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico.

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.

15.12.7 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas 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 os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico.

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; as peças gráficas deverão integrar o caderno específico; 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.

15.13.2.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo Ministério Público do Estado da Bahia.

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

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 quesito, 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 e ~~que deixarem de trazer como anexo a Declaração de Compromisso.~~

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

Institucional

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	VALOR (R\$)
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

MARCA	VALOR (R\$)
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

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 m ²)	323,57	215,71	539,28
Totem	1.513,47	1.008,97	2.522,44

ANÚNCIO JORNAL	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

ANÚNCIO REVISTA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

IMPRESSOS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 ²)	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

PAPELARIA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

AUDIOVISUAL	VALOR (R\$)
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

GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO	VALOR (R\$)
Gravação em Mídia 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

WEBSITE / HOTSITE	VALOR (R\$)
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

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

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

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

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

NEWSLETTER	VALOR (R\$)
Produção Editorial	1.179,70

Criação de layout	2.359,40
Produção HTML	766,81

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

MÍDIAS SOCIAIS	VALOR (R\$)
Análise de Presença (Diagnóstico)	6.193,43
Plano de Ações	7.087,20

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

Promocional

PONTO DE VENDA / EMBALAGENS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Ação Promocional			5.224,23
Adesivo (por cm²)	089	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	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Simples (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

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

ADVERGAMES	VALOR (R\$)
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

MOBILE	VALOR (R\$)
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

NEWSLETTER	VALOR (R\$)
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

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	VALOR (R\$)
Gestão de presença	3.982,13
Personalização dos canais (wireframe e layout)	
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

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

E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$)
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

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



MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA

À CENTRAL DE CONTRATOS E CONVÊNIOS,

Ref.: Processo 003.0.230931/2015

DESPACHO

Encaminhamos à Central de Contratos e Convênios para correção da minuta de contrato e demais procedimentos.

Salvador, 11 de fevereiro de 2016.


Roberta Araújo

Coordenadora Técnica em exercício
Assessoria de Publicidade
Central Integrada de Comunicação Social - CECOM

Roberta Araújo
Analista Técnico - CECOM



MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA

COORDENAÇÃO DE CONTRATOS E CONVÊNIOS
SUPERINTENDÊNCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA

SIMP nº: 003.0.230931/2015
Referência: Licitação – Serviços de Publicidade

DESPACHO

De ordem, encaminho o expediente ao Superintendente de Gestão Administrativa, acompanhado de minuta de contrato elaborada por esta unidade e aprovada pela unidade técnica envolvida, para deliberação acerca da conveniência, oportunidade e legalidade na realização do procedimento licitatório.

Salvador, 11 de fevereiro de 2016.

Paula S. de Paula Marques
Paula Souza de Paula Marques
Unidade de Contratos e Convênios
Coordenação de Contratos e Convênios
Superintendência de Gestão Administrativa
Matrícula 353.433

Paula de Paula

De: Roberta Araújo <roberta.araujo@mpba.mp.br>
Enviado em: quinta-feira, 11 de fevereiro de 2016 14:50
Para: Paula de Paula
Cc: Publicidade | CECOM - MPBA
Assunto: Re: Minuta alterada

Paula,

solicito que considere a correção do valor de R\$ 7.078,20 para que conste na minuta de contrato e ratifico que estamos de acordo com as demais informações da Minuta.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete do Procurador-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: Paula de Paula
Sent: Thursday, February 11, 2016 11:33 AM
To: 'Roberta Araújo'
Subject: RES: Minuta alterada

Farei a alteração na minuta de contrato, mas será necessário corrigir no novo TR, uma vez que este valor (de R\$ 7.087,20) consta no TR que nos foi encaminhado eletronicamente, bem como no processo.

Att,

Paula Souza de Paula Marques
Coordenação de Contratos e Convênios
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
Tel.: (071) 3103-0543

De: Roberta Araújo [mailto:roberta.araujo@mpba.mp.br]
Enviada em: quinta-feira, 11 de fevereiro de 2016 10:52
Para: Paula de Paula
Cc: Publicidade | CECOM - MPBA
Assunto: Re: Minuta alterada

Solicito a correção do item:

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		7.087,20	
		7.078,20	

De resto, estamos de acordo.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete do Procurador-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: [Paula de Paula](#)
Sent: Thursday, February 11, 2016 10:40 AM
To: 'Publicidade | CECOM - MPBA'
Cc: roberta.araujo@mpba.mp.br
Subject: Minuta alterada

Prezados, bom dia.

Segue anexa a minuta alterada para que confirmem se está em conformidade com os ajustes procedidos no TR.

Aguardo confirmação para encaminharmos o processo para a Licitação.

Att,

Paula Souza de Paula Marques
Coordenação de Contratos e Convênios
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
Tel.: (071) 3103-0543

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

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 XXXXXXXXXX, CNPJ nº. XXXXXXXX, estabelecida à XXXXXX, representada por XXXXXXXX, 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 XXXXXXXX, 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 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 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, 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	4732/4733/4735/4736/4737/6269/7302			
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% (xxxxxxxx) 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, alugueis, 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 moça, 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.

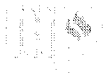
CLÁUSULA DÉCIMA – DA VIGÊNCIA

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 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/cu 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 embaraçar 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:



APENSO I – SERVIÇOS INTERNOS

INSTITUCIONAL

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Calendário Anual Institucional	05 (cinco) dias úteis	33.260,90	
Calendário Anual Promocional		16.717,52	
Cases de Marketing / Mídia / RP		23.334,87	
Planejamento da Comunicação Municipal (capital)	10 (dez) dias úteis	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	

MARCA	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Balão	03 (três) dias úteis	476,66	318,34	795,00	
Busdoor		996,10	665,42	1.661,52	
Empena		1.873,78	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		1.873,78	1.252,53	3.131,31	
Outdoor		1.945,98	1.297,98	3.244,95	
Painel All Type		365,32	243,54	608,85	
Painel Eletrônico		2.295,30	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	

ANÚNCIO JORNAL	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 1/8 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		1.551,96	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 cm²)		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		342,04	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

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 (Serres 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

LANDING PAGE	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	



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

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 cm²)		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\$)	
Simples (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**

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

ADVERGAMES	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

MOBILE	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

NEWSLETTER	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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



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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

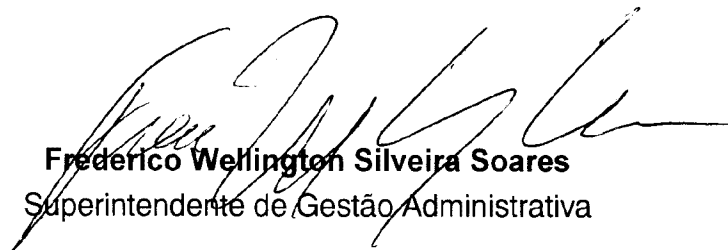


DESPACHO

Autorizo a realização do referido procedimento licitatório.

Encaminhe-se à Comissão Permanente de Licitação, sediada na Coordenação de Licitação desta Superintendência, para adoção das providências necessárias.

Em 15 de fevereiro de 2016.



Frederico Wellington Silveira Soares
Superintendente de Gestão Administrativa

PORTARIA Nº 035/2016

O PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DA BAHIA, no uso de suas atribuições legais, com fundamento na Lei Federal nº 8.666 de 21 de junho de 1993 e na Lei Estadual nº 9.433, de 01 de março de 2005, e, em vista do que dispõe o art. 4º do Ato Normativo nº 021/2012 resolve alterar a Portaria nº 1562/2014, publicada no DJE de 08 de outubro de 2014, para excluir da composição da Comissão Permanente de Licitação a servidora Lia Coêlho Coqueijo Fidalgo, e designar a servidora Tatiane de Jesus Melo, Assistente Técnico Administrativo, lotada na Coordenação de Licitação, para integrá-la permanecendo inalterados os demais termos da referida Portaria.

GABINETE DO PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA, 06 de janeiro de 2016.

MÁRCIO JOSE CORDEIRO FAHEL
Procurador-Geral de Justiça

PROCESSOS DEFERIDOS PELO PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA

ALLAN SANTOS GOIS, Promotor(a) de Justiça de Itabuna. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2014, de pendente confirmar período para gozo de 11/02 a 01/03/2016. SIGA nº 55053.1/2016.

ANTONIO EDUARDO CUNHA SETUBAL, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça no período de 07 a 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25224/2015.

AURIVANA CURVELO DE JESUS BRAGA, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias remanescentes com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 2º período de 2015 de 09 a 11/12/2015 para gozo de 20 a 22/06/2016. SIGA nº 54694.1/2016.

CLÁUDIO JENNER DE MOURA BEZERRA, Promotor(a) de Justiça de Feira de Santana. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça nos dias 07 e 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25079.7/2015.

CLODOALDO SILVA DAANUNCIÇÃO, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça nos dias 07 e 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25271.7/2015.

FABRÍCIO RABELO PATURY, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 07 a 26/01/2016 para gozo de 07 a 26/03/2016. SIGA nº 55038.1/2016.

JOSÉ RENATO OLIVA DE MATTOS, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 07 a 26/01/2016 ficando o novo período de gozo aguardando confirmação em 2018. SIGA nº 55047.1/2016.

JOSÉ RENATO OLIVA DE MATTOS, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 2º período de 2016, de 04 a 23/07/2016, ficando o novo período de gozo aguardando confirmação em 2018. SIGA nº 55046.1/2016.

MARIA ISABEL RODRIGUES DE OLIVEIRA VILELA, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça nos dias 07 e 08/01/2016 por interesse particular. SIGA nº 25276.7/2015.

NADJA BRITO BASTOS, Promotor(a) de Justiça da Capital. Autorização de ausência da Promotoria de Justiça no dia 03/01/2016 e período de 11 a 13/01/2016 por interesse particular. SIGA nºs 25267.7/2015 e 25268.7/2015.

NÍVIA CARVALHO ANDRADE RODRIGUES, Promotor(a) de Justiça de Ribeira do Pombal. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 2º período de 2014, de pendente confirmar período para gozo de 12 a 21/09/2016. SIGA nº 55052.1/2015.

TARCÍSIO MOREIRA CALDAS VIANNA BRAGA, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 07 a 28/07/2016, ficando o novo período de gozo aguardando confirmação em 2017. SIGA nº 55050.1/2016.

VALMIRO SANTOS MACEDO, Promotor(a) de Justiça da Capital. Transferência de férias com base no art. 166 da Lei Complementar nº 11/1996, relativas ao 1º período de 2016, de 11 a 30/01/2016 para gozo de 07 a 26/01/2016. SIGA nº 55041.1/2015.

*Replicado por haver saído com incorreção.

INQUÉRITOS CIVIS / REQUISIÇÕES MINISTERIAIS:

ORIGEM: PROMOTORIA DE JUSTIÇA REGIONAL ESPECIALIZADA EM MEIO AMBIENTE, DE ÂMBITO REGIONAL, COM SEDE EM TEIXEIRA DE FREITAS/BA

Área: AMBIENTAL

Procedimento: SIMP nº 708 0.239551/2015 - Portaria 11/2015.

Objeto: Esclarecer fatos que chegam ao seu conhecimento, por meio da Companhia Independente de Polícia de Proteção Ambiental - COPPA, sobre irregularidade na captação de água do Rio Mucuri.

Fundamento legal: Princípios Constitucionais e normas legais, em especial, o art. 225 da Constituição Federal e as Leis nºs 9.433/97, 12.651/2012 e 11.428/06

Data de Instauração: 14/12/2015.

Investigado: Ronaldo Biasutti de Souza.

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, em arquivo PDF, no portal eletrônico do Ministério Público do Estado da Bahia 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 ficta, 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 documento expedido 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, 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 envelopes de nº 1, na forma original em que for entregue, inclusive: sem fechamento, 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:

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

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:

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

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 esta 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 em caderno específico, 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 CONTEHAM 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**, lacrado, 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, quando a Comissão Permanente de Licitação;

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 solicitará aos REPRESENTANTES presentes e credenciados que entreguem os envelopes de propostas: nºs 1,2,3,e 4;
- b) Os REPRESENTANTES serão convidados à mesa para rubricarem no fecho, sem abri-los, os envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL;
- c) CPL abrirá o envelope nº 1 (via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária) 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, reacomodará os conteúdos em **novos envelopes padronizados e sem identificação**, para que sejam encaminhados à Subcomissão Técnica;
- d) CPL abrirá o envelope nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação) para a verificação **preliminar** do seu conteúdo, com observância de que os envelopes não devem conter 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 nº 2.

Após, franqueará às vistas dos presentes, para 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, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento à Comissão Técnica pela CPL, do conteúdo dos envelopes n.º 3 com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e os envelopes padronizados n.º 1 com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária; da Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, da planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

SEGUNDA SESSÃO

20.7.4 Após recebimento das atas de julgamento das Propostas Técnicas relativas ao documentos dos envelopes n.º 1 e n.º 3 com as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a CPL convocará as licitantes participantes, através de publicidade em DJ-e TJBa, para participação da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) abrir os envelopes de n.º 2;
- b) cotejar as vias não identificadas (envelope n.º 1) com as vias identificadas (envelope n.º 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- d) executar o sorteio previsto no subitem 22.4.2 deste Edital, quando for o caso;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;



f) informar aos presentes que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado no DJ-e TJBA com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso administrativo, conforme item XXIII do Edital.

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 da 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 cobrir a oferta da proposta de preços da licitante melhor pontuada com a licitante que obteve a maior pontuação classificatória 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 um dos envelopes 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 e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;
- d) 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 CPL, juntamente com os **ENVELOPES** e seus conteúdos;
- e) 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 '%'.¹

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 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; com firma reconhecida do subscritor e cópia do documento de identificação do mesmo; 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 a vista dos autos, na Coordenação de Licitação - sede do Ministério Público do Estado da Bahia, mediante pedido formal, com identificação do solicitante e assinatura de comprovante da vista do quanto solicitado, após a mencionada vista, sob pena de retenção do documento de identificação do solicitante.

XXIV – DO INSTRUMENTO CONTRATUAL



24.1 Homologada à 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.

Frederico Wellington 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; Proibição Administrativa e Moralidade Pública e Saúde), cujos detalhes podem ser obtidos no portal 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)

- 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

1. OBJETO

1.1 Contratação de serviços de publicidade, por meio de agência especializada na prestação de serviços que envolvam 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 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. 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			

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 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.

6. 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 adotar 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, freqüentemente 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;

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

10.23 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 integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 15.2.4 deverão constar da simulação prevista na alínea 'b'.

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 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 leiaútes 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.

15.6 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 15.5:

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.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

15.7 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.

15.8 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 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 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 "passpatour".

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 empregatício com 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. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico.

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.

15.12.7 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas 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 os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico.

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; as peças gráficas deverão integrar o caderno específico; 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.

15.13.2.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo Ministério Público do Estado da Bahia.

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

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 de 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 quesito, 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	$P4 = 0,04 \times (15 - \text{honorários})$

publicitárias.

OBSERVAÇÃO PARA O ANEXO III- PCT, parte integrante do edital:

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 incluídas 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

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	VALOR (R\$)
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

MARCA	VALOR (R\$)
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

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 m ²)	323,57	215,71	539,28
Totem	1.513,47	1.008,97	2.522,44

ANÚNCIO JORNAL	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

ANÚNCIO REVISTA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
-----------------	------------------------	----------------------------	----------------------

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

IMPRESSOS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 cm²)	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
Malá 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

PAPELARIA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

AUDIOVISUAL	VALOR (R\$)
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

GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO	VALOR (R\$)
Gravação em Mídia 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

WEBSITE / HOTSITE	VALOR (R\$)
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

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

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

criação e produção de peças (Formatos Padrão IAB)	VALOR (R\$)
Qualquer formato sem animação	884,78
Qualquer formato com animação	1.769,55
Qualquer formato com rich media (animação avançada)	3.539,10

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

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

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

MÍDIAS SOCIAIS	VALOR (R\$)
Análise de Presença (Diagnóstico)	6.193,43
Plano de Ações	7.087,20

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

Promocional

PONTO DE VENDA / EMBALAGENS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Ação Promocional			5.224,23
Adesivo (por cm ²)	089	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	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Simples (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

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

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

MOBILE	VALOR (R\$)
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

NEWSLETTER	VALOR (R\$)
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

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	VALOR (R\$)
Gestão de presença	3.982,13
Personalização dos canais (wireframeelayout)	
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

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

E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$)
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

WHATSAPP	VALOR (R\$)
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: XX/XX/XXXX às XXHXX

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:
ATENÇÃO! INFORMAR A OPÇÃO CADASTRAL: <input type="checkbox"/> SIMPAS/SAEB <input type="checkbox"/> COMPRASNET/SICAF <input type="checkbox"/> 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 XXXXXXXXXXX, 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 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 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 ou 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 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 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, 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 (incluindo 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
40.101.0029	2050	9900	100	339030 339032 339039
40.101.0027	1109			
40.101.0017	7387			
40.101.0006	6264			
40.101.0008	6268			
40.101.0009	6271			
40.101.0010	6270			
40.101.0011	6404			
40.101.0012	6612			
40.101.0014	6265			
40.101.0015	6266			
40.101.0018	6269			
40.101.0019	2650			
40.101.0020	2626			

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 replicações 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 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 matero: 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 fator 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:

APENSO I – SERVIÇOS INTERNOS

INSTITUCIONAL

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Calendário Anual Institucional	05 (cinco) dias úteis	33.260,90	
Calendário Anual Promocional		16.717,52	
Cases de Marketing / Mídia / RP		23.334,87	
Planejamento da Comunicação Municipal (capital)	10 (dez) dias úteis	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	

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

PRODUÇÃO GRÁFICA

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
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	

ANÚNCIO JORNAL	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 1/8 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	

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.
Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.mp.br



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 cm²)		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		342,04	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	

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.

Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.mp.br

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 Mídia 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

LÁNDING PAGE	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.

Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.mp.br



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

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.

Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpha.mp.br



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 ²)		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		

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	

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.
Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.mp.br

ITENS DIGITAIS

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

ADVERGAMES	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 (jogo para mídias sociais)		26.547,50	

MOBILE	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

NEWSLETTER	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Gestão de presença	Não se aplica	3.982,13	
Personalização dos canais (wireframeelayout)		2.654,75	
Produção de conteúdo Textual/ Relacionamento (por mês)		Sob Consulta	
Produção de conteúdo multimídia			
Gestão de ações sociais			
Monitoramento online (por mês)		5.309,50	
Mensuração online (por mês)		2.654,75	
Gerenciamento de whatsapp		2.654,75	

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.
Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.ma.br



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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.
Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.mp.br

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

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.

Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.mp.br



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

Coordenação de Licitação do Ministério Público do Estado da Bahia

5ª Avenida, nº 750, 1º andar, sala nº 104 – Centro Administrativo da Bahia Salvador – BA, CEP: 41.745-004.
Telefax nº (71) 3103-0225/0112/0113/0114 E-mail: licitacao@mpba.mp.br



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 (dezesesseis) anos, salvo, na condição de aprendizes, a partir de 14 (quatorze) anos _____ de _____ de 20 _____.

nome do representante legal e assinatura



COORDENAÇÃO DE LICITAÇÃO
Procedimento SIMP nº 003.0.230931/2015
Concorrência nº 01/2016

DESPACHO

À Assessoria Técnica/Jurídica - SGA

Segue para apreciação, **MINUTA DE EDITAL**, contendo 72 páginas, folhas 86 à 121, referente à **Concorrência nº 01/2016 – Objeto: Prestação de serviços de Publicidade e Propaganda.**

Salvador-Ba, 22 de fevereiro de 2016.

Tatiane Melo
Assist. Adm.
Mat. 353.122
Tatiane Melo

Assistente Téc. Administrativo

Fim do documento

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Otávio Filho - Publicidade | CECOM" <otavio.filho@mpba.mp.br>
Data: segunda-feira, 18 de abril de 2016 16:06
Para: "Maria Paula Simoes Silva" <mpaula@mpba.mp.br>; "Alvaro Medeiros Filho" <amedeiros@mpba.mp.br>
Cc: "Roberta de Araújo e Silva" <roberta.araujo@mpba.mp.br>; "Publicidade MP-BA" <publicidade@mpba.mp.br>
Anexar: TERMO DE REFERÊNCIA.docx; EDITAL_DE_LICITAO_CONCORRENCIA_-_PUBLICIDADE_-_correo_verso_III_20-10-2011.pdf
Assunto: Termo de Referência
Maria Paula e Alvaro,

Segue TR alterado.

Preferimos inserir a formatação detalhada do Plano de Mídia, ao invés de deixar vago e colocar um modelo anexo. Diversos editais que consultamos o fazem dessa forma.

Anexo também o edital do CNMP para comparação.

At.te,

OTÁVIO Alvares de Almeida **FILHO**

Analista Técnico | Assessoria de Publicidade

Central Integrada de Comunicação Social- CECOM

Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça

Ministério Público do Estado da Bahia

(71) 3103-0552 | www.mpba.mp.br

Esta mensagem, inclusive seus anexos, pode conter informações confidenciais. Caso você tenha indevidamente recebido esta mensagem, favor apagá-la do seu sistema e avisar imediatamente o remetente. Qualquer forma de utilização, reprodução, retransmissão, alteração, distribuição e/ou divulgação de seu conteúdo ou parte dele, sem a autorização expressa de seu remetente, é estritamente proibida. Obrigado pela sua colaboração.

This message, including its attachments, may contain confidential information. If you have improperly received this message, please delete it from your system and notify immediately the sender. Any form of utilization, reproduction, forward, alteration, distribution and/or disclosure of this content in whole or in part, without the prior written authorization of the sender, is strictly prohibited. Thanks for your cooperation.

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

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 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 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/Gestora	Unidade	Ação (P/A/OE)	Região	Destinação de Recursos	Natureza da Despesa
40.101.0029		2050	9900	100	339030 339032 339034
40.101.0027		1109			
40.101.0017		7387			
40.101.0006		6264			
40.101.0008		6268			
40.101.0009		6271			
40.101.0010		6270			
40.101.0011		6404			
40.101.0012		6612			
40.101.0014		6265			
40.101.0015		6266			
40.101.0018		6269			
40.101.0019		2650			
40.101.0020		2626			

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, freqüentemente 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 verifiquem 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 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 integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 15.2.4 deverão constar da simulação prevista na alínea 'b'.

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 impliquem 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/m² a 90 g/m², 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 aposição 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 sub quesitos: 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 sub quesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno, contanto que se adequem as 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.

15.7 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 15.5:

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.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não-mídia.

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 gravadas e devem ser afixadas nas mesmas etiquetas ou são totalmente brancos, lisos, que não tenham qualquer tipo de marca ou qualquer outro tipo de informação que não seja a etiqueta.

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 profissional 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. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico 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 deverão integrar o caderno específico, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.~~ 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. ~~em caderno específico.~~

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; ~~as peças gráficas deverão integrar o caderno específico;~~ 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.

15.13.2.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo Ministério Público do Estado da Bahia.

15.13.2.3 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. ~~Todas as páginas do Relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.~~ 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 de 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 quesito, 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 subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária

15.18.1.7 12 (doze) pontos no subquesto Ideia Criativa;

15.18.1.8 06 (seis) pontos no subquesto 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 subquesto:

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

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	VALOR (R\$)
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

MARCA	VALOR (R\$)
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

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

ANÚNCIO JORNAL	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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
ANÚNCIO REVISTA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

IMPRESSOS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 cm²)	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

PAPELARIA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

AUDIOVISUAL	VALOR (R\$)
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

GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO	VALOR (R\$)
Gravação em Mídia 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

WEBSITE / HOTSITE	VALOR (R\$)
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

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

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

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	VALOR (R\$)
---	-------------

Qualquer formato sem animação	884,78
Qualquer formato com animação	1.769,55
Qualquer formato com rich media (animação avançada)	3.539,10

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

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

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

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

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

Promocional

PONTO DE VENDA / EMBALAGENS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Ação Promocional			5.224,23
Adesivo (por cm²)	089	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 Gondola / 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

BRINDES	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Simples (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

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

ADVERGAMES	VALOR (R\$)
Planejamento advertising in game	3.982,13
Planejamento	7.964,25
Game online d'tandard	6.371,40
Mobile	19.910,63
Game online original	26.547,50
Social game (jogo para mídias sociais)	26.547,50

MOBILE	VALOR (R\$)
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

NEWSLETTER	VALOR (R\$)
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

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	VALOR (R\$)
Gestão de presença	3.982,13
Personalização dos canais (wireframeelayout)	
Produção de conteúdo	2.654,75
Textual/ Relacionamento (por mês)	
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

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

E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$)
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

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

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Fernanda da Costa Peres" <fernanda.peres@mpba.mp.br>
Data: terça-feira, 26 de abril de 2016 11:24
Para: "Publicidade MP-BA" <publicidade@mpba.mp.br>
Cc: "Coordenação de Contratos e Convênios" <contratos@mpba.mp.br>; "Publicidade MP-BA" <publicidade@mpba.mp.br>; "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Anexar: Minuta - Serviços de publicidade - CECOM (publicidade) - versão 26.04.2016.doc
Assunto: RES: Alteração na minuta de contrato - agência de publicidade
Prezados,

Segue em anexo a minuta alterada, nos termos solicitados abaixo.

Atenciosamente,

Fernanda da Costa Peres
Coordenação de Contratos e Convênios
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
Tel.: (71) 3103-0540

De: Publicidade | CECOM - MPBA [mailto:publicidade@mpba.mp.br]
Enviada em: terça-feira, 26 de abril de 2016 11:08
Para: Fernanda da Costa Peres
Cc: Coordenação de Contratos e Convênios; Publicidade MP-BA; licitacao
Assunto: Re: Alteração na minuta de contrato - agência de publicidade

Fernanda,

Ficaremos com a nova redação do item.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: [Fernanda da Costa Peres](mailto:fernanda.peres@mpba.mp.br)
Sent: Tuesday, April 26, 2016 10:59 AM
To: [Publicidade MP-BA](mailto:publicidade@mpba.mp.br)
Cc: [Coordenação de Contratos e Convênios](mailto:contratos@mpba.mp.br) ; [Publicidade MP-BA](mailto:publicidade@mpba.mp.br)
Subject: RES: Alteração na minuta de contrato - agência de publicidade

Prezada Roberta,

Considerando que o texto do item 11.5.1 da minuta de contrato possui informações/exigências diferentes do quanto indicado no item do Termo de Referência, fineza esclarecer se devemos apenas incluir a cópia em Betacam ou se devemos substituir um texto pelo outro.

Texto do TR:

10.6.1 TV e Cinema: uma cópia em XDCam HD, Betacam, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;

Texto do Contrato original:

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

Texto do Contrato modificado:

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;

Atenciosamente,

Fernanda da Costa Peres
Coordenação de Contratos e Convênios
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
Tel.: (71) 3103-0540

De: Publicidade | CECOM - MPBA [<mailto:publicidade@mpba.mp.br>]

Enviada em: terça-feira, 26 de abril de 2016 10:53

Para: Fernanda da Costa Peres

Cc: Coordenação de Contratos e Convênios; Publicidade MP-BA; Alvaro Medeiros Filho; licitacao

Assunto: Alteração na minuta de contrato - agência de publicidade

Fernanda,

conforme contato telefônico, solicito alteração do item 11.51.1 da minuta de contrato da licitação de agência de publicidade, de acordo com a redação do item 10.6.1 do Termo de Referência para a inclusão da cópia em Betacam:

10.6.1 TV e Cinema: uma cópia em XDCam HD, Betacam, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;

Obrigada.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

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

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

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

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

MINUTA
DE
EDITAL
(corrigido)



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 em arquivo PDF, no portal eletrônico do Ministério Público do Estado da Bahia 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, QAB, 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:

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

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:

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

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 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 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 COMUNICAÇÃO5 - 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 Nº 4** Proposta de Preços conterá o detalhamento exigido no item **18.2**, deverá ser apresentado a CPL com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 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 nº 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 CONTEHAM 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 CÔRRENTE), 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 MPDA ao participante para acondicionamento da sua proposta técnica com a via não autenticada 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: nºs 1, 2, 3 e 4;
- b) CPL: convidar aos REPRESENTANTES à mesa para rubricarem no fecho dos ENVELOPES nº 2 e nº 4, sem abri-los, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL;
- c) CPL: abrir o ENVELOPE nº 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. 31, 3º 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 as 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 N.º 1** com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) **CPL**: encaminhamento à subcomissão técnica do conteúdo do **ENVELOPE N.º 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 Plano 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 julgamento 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 MPBA, 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, respitado 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

subquestos;

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 **DECLASSIFICADAS** 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	$P1 = 0,7 \times \text{desconto}$

Propaganda do Estado do Estado da Bahia – SINAPRO/BA, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.	
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 respeitando o prazo mencionado;

23.1.2 As impugnações deverão ser apresentadas por escrito com cópia do documento de identificação do mesmo; inscrita 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,

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; Probidade Administrativa e Moralidade Pública e Saúde), cujos detalhes podem ser obtidos no portal 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)

- 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 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 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/Gestora	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
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	4773/4775/4777/4778/4779/4780/4798			
	4779/4783/7319/7320			
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, freqüentemente 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 verifiquem 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 integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem

15.2.4 deverão constar da simulação prevista na alínea 'b'.

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/m² a 90 g/m², 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 cada uma única, sem espaço 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 aposição 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 sub quesitos: 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 sub quesito 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.

15.7 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 15.5:

- 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 'b'.



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 de 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 quesito, 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 subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária
15.18.1.7 12 (doze) pontos no subquesto Ideia Criativa;
15.18.1.8 06 (seis) pontos no subquesto 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 subquesto:

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

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	VALOR (R\$)
-----------------------------	-------------

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

MARCA	VALOR (R\$)
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

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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
Envolvimento 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

ANÚNCIO JORNAL	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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
ANÚNCIO REVISTA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

IMPRESSOS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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 ²)	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

PAPELARIA	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

AUDIOVISUAL	VALOR (R\$)
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

GRAVAÇÃO / EDITORAÇÃO	VALOR (R\$)
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

WEBSITE / HOTSITE	VALOR (R\$)
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	
LANDING PAGE	VALOR (R\$)
Layout, Texto e Produção do HTML (com layout).	4.128,95
Layout, Texto e Produção do HTML (sem layout).	2.359,40
MÍDIA DIGITAL	VALOR (R\$)
Planejamento de Mídia	1.769,55
Criação das Campanhas	1.769,55
Mensuração dos Resultados	1.769,55
CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	VALOR (R\$)
Qualquer formato sem animação	884,78
Qualquer formato com animação	1.769,55
Qualquer formato com rich media (animação avançada)	3.539,10
LINKS PATROCIONADOS	VALOR (R\$)
Planejamento e Criação	1.769,55
Gestão de Campanha	1.769,55
NEWSLETTER	VALOR (R\$)
Produção Editorial	1.179,70
Criação de layout	2.359,40
Produção HTML	766,81
E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$)
Criação de layout	1.415,64
Produção HTML	471,88
MÍDIAS SOCIAIS	VALOR (R\$)
Análise de Presença (Diagnóstico)	6.193,43
Plano de Ações	7.078,20
MOBILE	VALOR (R\$)
Planejamento de aplicativo para dispositivos móveis (celular, smartphone, tablet).	8.847,75

Promocional

PONTO DE VENDA / EMBALAGENS	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
Ação Promocional			5.224,23
Adesivo (por cm ²)	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
Móbil	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	Valor (R\$) CRIAÇÃO	Valor (R\$) FINALIZAÇÃO	Valor (R\$) TOTAL
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

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

ADVERGAMES	VALOR (R\$)
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

MOBILE	VALOR (R\$)
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

NEWSLETTER	VALOR (R\$)
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

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	VALOR (R\$)
Gestão de presença	3.982,13
Personalização dos canais (wireframe/layout)	
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

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

E-MAIL MARKETING	VALOR (R\$)
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

WHATSAPP	VALOR (R\$)
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: XX/XX/XXXX às XXHXX

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:

- para o Item 1, o **desconto** a ser ofertado deverá ser de 20% (vinte por cento) até 50% (cinquenta por cento);
- para o item 2, os **honorários** a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);
- para o item 3, os **honorários** a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);
- para o item 4, deverão estar inclusos as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; interpretes; 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 OBRIGATORIOS DO FORNECEDOR:

RAZÃO SOCIAL:

ENDEREÇO E CEP:

UF:

CNPJ/CPF:

INSCRIÇÃO ESTADUAL/MUNICIPAL:

ATENÇÃO! INFORMAR A OPÇÃO CADASTRAL:

() 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 xxxxxxxx, CNPJ nº. xxxxxxxx, estabelecida à xxxxxx, representada por xxxxxxxx, 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, 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 (incluindo 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 Estabeçam 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% (xxxxxxx) 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-lha, 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 custo 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:

Nome:
CPF/MF:

2ª Testemunha:

Nome:
CPF/MF:

APENSO I – SERVIÇOS INTERNOS

INSTITUCIONAL

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

MARCA	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	Prazo para criação e finalização	Valores conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)			Valor total com desconto de xxx % (R\$)
		Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
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	

ANÚNCIO JORNAL	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 1/8 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 Várejo (por lâmina)		1.191,46	794,29	1.985,75	
Etiqueta / Tag		250,84	167,22	418,06	
Folheto/Folder (por cm²)		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		342,04	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

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 Carteira 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 Mídia 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

LANDING PAGE	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	



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

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

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

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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 ²)		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	
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	

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

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

ADVERGAMES	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

MOBILE	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

NEWSLETTER	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

MÍDIAS SOCIAIS (Valores por cada Mídia Social)	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
Gestão de presença	Não se aplica	3.982,13	
Personalização dos canais (wireframe/layout)		2.654,75	
Produção de conteúdo Textual/ Relacionamento (por mês)		Sob Consulta	
Produção de conteúdo multimídia			
Gestão de ações sociais			
Monitoramento online (por mês)		5.309,50	
Mensuração online (por mês)		2.654,75	
Gerenciamento de whatsapp		2.654,75	



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

E-MAIL MARKETING	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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	

WHATSAPP	Prazo para criação e finalização	Valor total conforme tabela SINAPRO/BA (R\$)	Valor total com desconto de xxx % (R\$)
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 (dezesesseis) anos, salvo, na condição de aprendizes, a partir de 14 (quatorze) anos

_____ de _____ de 20_____.

nome do representante legal e assinatura



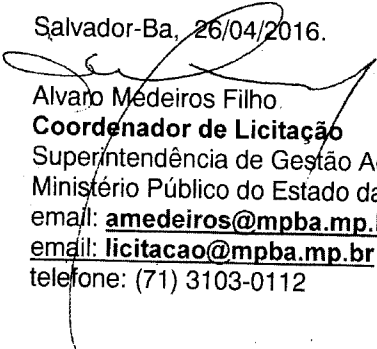
COORDENAÇÃO DE LICITAÇÃO
Procedimento SIMP nº 003.0.230931/2015
Concorrência nº 01/2016

DESPACHO

À Assessoria Técnica/Jurídica - SGA

Segue para apreciação dessa Assessoria, a minuta de edital de **Concorrência nº 01/2016** com as alterações propostas pela CECOM.

Salvador-Ba, 26/04/2016.


Alvaro Médeiros Filho
Coordenador de Licitação
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

PROCEDIMENTO Nº: 003.0.230931/2015

INTERESSADO: ROBERTA ARAÚJO

ASSUNTO: SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

EMENTA: LICITAÇÃO. CONCORRÊNCIA. MINUTA DE EDITAL PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA. LEI 8.666/1993 E LEI ESTADUAL Nº. 9.433/05. OBEDIÊNCIA ÀS DISPOSIÇÕES ESPECIAIS DA LEI Nº. 12.232/2010. PELA APROVAÇÃO.

PARECER Nº. 438/2016

I - RELATÓRIO

Trata-se de análise jurídica prévia de minuta de edital de licitação e respectivos anexos, na modalidade **concorrência**, tipo **"melhor técnica"**, execução sob o regime de empreitada por preço unitário, cujo objeto é a prestação de serviços de publicidade e propaganda, no valor total estimado de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais). As despesas correrão por conta das atividades destacadas no Termo de Referência e na minuta contratual.

O processo encontra-se instruído, em síntese, com os seguintes documentos: a) autorização para licitação pela autoridade competente; b) Termo de Referência e anexos; c) minuta do contrato; d) Instituição da Comissão Permanente de Licitação; e) *Briefing*; f) Termo de Referência atualizado com a complementação da dotação orçamentária e anexos; g) autorização para a realização do procedimento licitatório pela autoridade competente; h) minuta do edital atualizada e anexos.

Em seguida, por força do disposto no art. 38, parágrafo único da Lei nº. 8.666/1993 e art. 75 da Lei Estadual nº. 9.433/2005, vieram os autos a esta Assessoria Técnico-jurídica, para exame e parecer.

II - DA MINUTA DO EDITAL

Preliminarmente, cumpre destacar que o procedimento licitatório para contratação de serviços de publicidade, intermediados por agência de propaganda, é regido pela Lei nº. 12.232/10, aplicando-se, de forma complementar, a Lei nº. 8.666/93 (e Lei nº. 9.433/05 por analogia), conforme dispõe o art. 1º, § 2º da Lei nº. 12.232/10.





Pode-se verificar no instrumento convocatório: as regras básicas do certame, a especificação do objeto, a previsão do credenciamento, as propostas técnicas, com as respectivas vias identificadas e não identificadas, o plano de comunicação publicitária, a proposta de preços, os documentos de habilitação exigidos, a previsão da subcomissão técnica, o procedimento específico para serviços de publicidade, critérios de julgamento e classificação, possibilidade de impugnação e recursos administrativos, *briefing* e etc, de acordo com o art. 40 da Lei nº. 8.666/93, art. 79 da Lei Estadual nº. 9.433/05 e as disposições especiais da Lei nº. 12.232/2010.

III – DA MINUTA CONTRATUAL


A minuta do contrato obedece às disposições da Lei nº. 8.666/93, em especial o art. 55 e seguintes, bem como ao art. 126 da Lei Estadual nº. 9.433/05 e aos termos específicos da Lei nº. 12.232/2010.

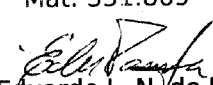
IV – DA CONCLUSÃO

Ante o exposto, esta Assessoria Técnico-Jurídica **aprova a minuta do edital e os respectivos anexos.**

É o parecer, s.m.j.

Salvador, 30 de Maio de 2016.


Bel^ª. Maria Paula Simões Silva
Assessoria Técnico-Jurídica/SGA
Mat. 351.869


Bel. Eduardo L. N. de Paula
Assessoria Técnico-Jurídica/SGA
Mat. 353.707



DESPACHO

Acolho o Parecer nº 438/2016 da Assessoria Técnica desta Superintendência, relativo a análise de instrumento convocatório de concorrência para contratação de serviços de publicidade e propaganda.

Encaminhe-se o presente expediente à Coordenação de Licitação para conhecimento e adoção das providências necessárias.

Em 31 de maio de 2016.

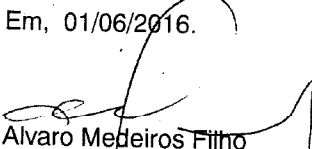

Frederico Wellington Silveira Soares
Superintendente de Gestão Administrativa



TERMO DE APROVEITAMENTO

Tendo em vista que a minuta do edital do Concorrência nº 01/2016 constante dos autos, foi devidamente aprovada em todos os seus termos pela Superintendência de Gestão Administrativa do Ministério Público, conforme Parecer Jurídico nº 438/2016 - fls.174-175. Com fundamentação nos princípios da economia e da razoabilidade, declaro que a referida minuta, passou a ser forma original do edital e está disponibilizado a qualquer interessado, em arquivo PDF, no portal eletrônico desta Instituição. Eu, Alvaro Medeiros Filho, mat. 141033, lavrei e assinei o presente termo.

Em, 01/06/2016.


Alvaro Medeiros Filho
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

RESUMO DE TERMO DE LICENÇA DE USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Processo: 003.0.80074/2016.

Parecer Jurídico: 594/2014.

Licenciado: Ministério Público do Estado da Bahia.

Licenciante: Natália Lima Barbosa

Objeto: Autorização, mediante licença, do uso de voz e/ou imagem do Licenciante, a título voluntário e gratuito.

Vigência: 05 (cinco) anos.

RESUMO DE TERMO DE LICENÇA DE USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Processo: 003.0.80074/2016.

Parecer Jurídico: 594/2014.

Licenciado: Ministério Público do Estado da Bahia.

Licenciante: Brena Dantas Araújo.

Objeto: Autorização, mediante licença, do uso de voz e/ou imagem do Licenciante, a título voluntário e gratuito.

Vigência: 05 (cinco) anos.

RESUMO DE TERMO DE LICENÇA DE USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Processo: 003.0.80074/2016.

Parecer Jurídico: 594/2014.

Licenciado: Ministério Público do Estado da Bahia.

Licenciante: Inês Santos Silva.

Objeto: Autorização, mediante licença, do uso de voz e/ou imagem do Licenciante, a título voluntário e gratuito.

Vigência: 05 (cinco) anos.

RESUMO DE TERMO DE LICENÇA DE USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Processo: 003.0.80074/2016.

Parecer Jurídico: 594/2014.

Licenciado: Ministério Público do Estado da Bahia.

Licenciante: André Luis Santos Silva.

Objeto: Autorização, mediante licença, do uso de voz e/ou imagem do Licenciante, a título voluntário e gratuito.

Vigência: 05 (cinco) anos.

RESUMO DE TERMO DE LICENÇA DE USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Processo: 003.0.80074/2016.

Parecer Jurídico: 594/2014.

Licenciado: Ministério Público do Estado da Bahia.

Licenciante: Alfredo Raimundo Góes Silva.

Objeto: Autorização, mediante licença, do uso de voz e/ou imagem do Licenciante, a título voluntário e gratuito.

Vigência: 05 (cinco) anos.

RESUMO DE TERMO DE LICENÇA DE USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Processo: 003.0.80074/2016.

Parecer Jurídico: 594/2014.

Licenciado: Ministério Público do Estado da Bahia.

Licenciante: Júlia Valadares Leal.

Objeto: Autorização, mediante licença, do uso de voz e/ou imagem do Licenciante, a título voluntário e gratuito.

Vigência: 05 (cinco) anos.

RESUMO DE TERMO DE LICENÇA DE USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Processo: 003.0.80074/2016.

Parecer Jurídico: 594/2014.

Licenciado: Ministério Público do Estado da Bahia.

Licenciante: Adriana Valadares Sampaio.

Objeto: Autorização, mediante licença, do uso de voz e/ou imagem do Licenciante, a título voluntário e gratuito.

Vigência: 05 (cinco) anos.

COMISSÃO DE LICITAÇÃO

AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA 01/2016 - SIMP nº 003.0.230931/2015 - Objeto: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE É PROPAGANDA, do tipo melhor técnica, de acordo com do edital e anexos. Edital disponível no <http://www.mpba.mp.br/> Opção: Serviços>Licitações>Concorrência>2016. Data de Abertura: 19/07/2016. Horário: 14h30min. LOCAL: Prédio sede do Ministério Público do Estado da Bahia, sito à 5ª Avenida, nº 750, s/104, Centro Administrativo da Bahia, Salvador-BA, CEP:41.745-004 Tel:71 3103-0112/0113/. Salvador/Ba, 31/05/2016. Alvaro Medeiros Filho, Presidente da CPL/MPBa.

PEC das domésticas completa um ano

MP - Bis
Coordenação
de Licitação
1786

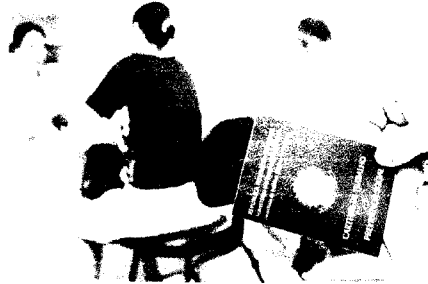
TURÍASIA
REPORTER

Ha um ano, a presidente Dilma Rousseff (atualmente afastada do cargo) sancionou uma Proposta de Emenda Constitucional (PEC) que amplia ainda mais os direitos dos trabalhadores domésticos em todo o país, a exemplo do recolhimento obrigatório do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) por parte do empregador, seguro desemprego e adicional noturno. Além disso, já vigoram desde 2013 benefícios como hora extra e prêmios de trabalho de horas diárias e 44 semanas. Tudo faz parte da Lei Complementar 150/2015.

Passado esse período, o número de trabalhadores do setor com carteira assinada aumentou pouco mais de 17% em toda a Bahia, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Mas, essa realidade ainda é precária. Dos 423 mil empregados domésticos existentes de acordo com o órgão federal, 329 mil trabalham sem estar com a carteira assinada no estado (77%) entre os meses de janeiro e março deste ano.

Além disso, ainda tem padrões que burlam a lei, fazendo que o empregado trabalhe mais de oito horas por dia, mas assinem como se fosse trabalhado dentro do prazo. Muitos ainda não são cobertos pelo FGTS e não têm acesso ao seguro desemprego, quando os demais possuem cinco, afirmou

Foto: Flávia de Oliveira



EMPREGO

Profissionais têm os mesmos direitos que são assegurados a outros trabalhadores. O Sindicato das Empresas Domésticas do Estado da Bahia (Sindomestic) e Cleuza Oliveira, chamada 'PEC das Domésticas', como ficou mais conhecida, ela reconhece que os avanços ajudaram a melhorar a situação de trabalho no setor, mas aponta alguns itens em que não houve uma igualação de direitos se comparado a outros tipos de trabalhadores. Enquanto outros empregados têm direito a FGTS após 12 meses, os domésticos só têm direito ao benefício após 15, sem contar os apenas três meses de seguro desemprego, quando os demais possuem cinco, afirmou

o advogado trabalhista em direito do trabalho e professor do curso Brasil Jurídico, Rogério Ranzetti. A Lei também trouxe o chamado informalismo, já que empregos trabalhistas oneraram muitos patrões e, assim, tiveram que dispensar os empregados. Muitos até hoje aceitam essas condições por medo de ficarem desempregados. Adicionalmente, há uma situação peculiar nos envios de pessoas físicas, explicou. Com as mudanças, Cleuza também percebeu um aumento de 10% no número de demissões que foram homologadas junto ao sindicato, que fica na Avenida Vasco da Gama, em Salvador. Contudo, ela observa a situação como uma fase passageira. Os patrões não esperavam por esse e alguns até tiveram uma reação de ódio", comentou. Nesse caso, o sindicato conta com uma equipe jurídica que realiza o atendimento e passa as orientações ao empregado demitido. Nesses casos, segundo ela, uma carta é enviada ao patrão para que a resolução seja feita de forma amigável. Do contrário, há um encaminhamento para a Justiça. Entretanto, Cleuza conta que alguns patrões têm tido uma mentalidade diferente e procuram o sindicato para regularizar a situação do empregado e lidar com o processo no cadastro no eSocial, programa do governo federal que usa análise e envio de informações pelo empregado em relação aos seus empregados.

MOBILIDADE

Inauguração da Orlando Gomes terá passeio ciclístico

Um passeio ciclístico com a presença do governador Rui Costa às 9h30 deste domingo (5) vai abrir o Dia de Lazer, evento que vai marcar a inauguração da Avenida Orlando Gomes e do viaduto de integração com a Avenida 29 de Março, em Salvador.

Além do passeio, outras atividades vão integrar o Dia de Lazer, das 8h às 16h, como aulas de ginástica, brincadeiras infantis e apresentações de Magary Lord e To Paulinho. Aproveitando o Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado também no dia 5 de junho, a Secretaria Estadual do Meio Ambiente (Semma) vai distribuir 100 mudas de árvores.

Além disso, o governador descobrirá a placa de inauguração da nova via que tem pista dupla, sem faixas em cada sentido, sendo uma preferencial para o trânsito sulista. Com a duplicação, foram construídos ainda quatro viadutos, além de melhorias que incluem novos pontos de ônibus, ciclofaixas, iluminação, sinalização vertical e horizontal e passeigios no canto central e calçadas.

Com o Dia de Lazer, também vão disponibilizar serviços ao longo do evento. O Senai vai promover oficinas de orientação profissional para cursos técnicos e expor profissões tecnológicas e de inovação, bem como kits de estudos. Já o Sesi vai oferecer orientações odontológicas, com escovação e distribuição de kits, e o IEL vai atender estudantes que almejam conquistar estágios e encontrar carreira.

Com obras avaliadas pela Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia (Codurb), apoiado pelo Governo Federal e o Ministério das Cidades, o Programa Fio de Agulha Crescimento (PEC Mobilidade), a Linha Vermelha integra o projeto dos corredores transversais, que inclui ainda a linha Azul - uma ligação entre os bairros de Patateres e Lobato, possível através da duplicação das avenidas Fio de Agulha, concluída em 2014 e da Orla, além da implantação de via de ligação Praia do Boato com obras já em andamento. O investimento nestas obras estruturantes é de R\$ 1,3 bilhão.

Nova Lei representa avanços para os trabalhadores

Para quem está no dia-a-dia trabalhando como empregado doméstico é importante ficar atento a algumas questões, como, por exemplo, o horário no ambiente de trabalho e se o patrão está de fato cumprindo com as obrigações trabalhistas. "O contrário, ele pode firmar uma denúncia junto ao respectivo sindicato. Além disso, o Ministério do Trabalho pode realizar fiscalizações na casa do empregador, desde que agendada previamente para avaliar a situação", comentou Ranzetti.

Em caso de irregularidades, o patrão pode ter de pagar uma multa. Para ele, a lei representa um avanço, mas não garante todos os direitos requeridos foram conseguidos, apesar de considerar isolado o fato que trata da demissão por justa causa. "Principalmente no que concerne aos mais fráteis e a idosos, que hoje também fazem parte da família. Assim, o empregado doméstico não é apenas aquele que faz a comida, lava ou passa a roupa". Como destaque, ele aponta a chamada compensação de jornada através do banco de horas. A cada hora a jornada das 40h deve ser direcionada justamente para esse sistema e o patrão tem até um ano para compensar os domésticos no fim do mês, sendo que isso pode ser acordado entre as partes. Já as primeiras 40 horas devem ser pagas ou

compensadas dentro próprio mês, salientou. Outro item que chama a atenção é com relação ao contrato de prazo determinado, que também foi regulado, em caso de o empregado doméstico entrar em férias ou precisar se ausentar para a realização de

um tratamento médico, por exemplo. "Isso também vale na contratação de um empregado a mais para aquele momento em que a família está passando por alguma situação de emergência, como a própria casa. Agora, isso tem que estar anotado no contrato de trabalho", apontou.

Profissionais se sentem valorizadas

Essa nova realidade vem trazendo benefícios, mesmo para quem já trabalhava com carteira assinada, como o caso de Yvelise Santos, que atua na área a mais de 20 anos. "Antes, era feito um acordo com o patrão para ele receber o FGTS, já que ele não era obrigado a receber. Agora, não só com esta, como todas as mudanças, o gente se sente mais reconhecida e com credibilidade, temos uma segurança maior", disse.

Já o aumento com SL, a também empregada doméstica, Romilda Reis, conta que decidiu não aceitar trabalhar em casas de família, mas apenas na quase 30 anos

em que ela veio ler o registro em cartório. "Antes a gente trabalhava por um prato de comida, roupa velha. Hoje, como muitos dizem, está diferente, praticamente estamos no céu. Mas acho que ainda vai ser preciso algum tempo para a gente ver uma mudança de verdade", pontuou.

Veja alguns dos direitos

- Garantia do salário mínimo para quem recebe remuneração variável
- Jornada de trabalho de 8 horas diárias e 44 semanas
- Hora extra
- Seguro-desemprego em caso do desemprego involuntário
- FGTS obrigatório
- Adicional noturno
- Observância das normas de higiene, saúde e segurança do trabalho
- Indenização em demissão sem justa causa

Jogos de futebol Olímpia Rio

Publicado na última terça-feira (31), no Diário Oficial da Bahia, o aviso de abertura de licitação para a concessão do Aeroporto de Guimarães, em município do Itabuna. A concorrência pública vai acontecer às 10h30 de amanhã, às 10h, na sala de reunião da Agência Estadual de Regulação de Serviços Públicos e Transportes e Comunicações da Bahia (Agaba).

A partir da concessão a empresa vencedora do processo licitatório vai administrar e operar o aeroporto, além de ser responsável pela manutenção, exploração das áreas e serviços do terminal. Localizado no sul da Bahia, o aeródromo de Comandante possui infraestrutura completa para a aviação geral e está apto a receber aeronaves comerciais, como o Boeing 737 e Airbus 320, além de aviação executiva.

Os interessados em encontrar e unificar e integrar cada vez mais os pontos de ação nos mais diversas áreas: resumo e gerente Regional do Rio 2016, Roberto Maron.

Aeroporto de Comandante

Os detalhes para a realização dos jogos de futebol das Olimpíadas Rio 2016, que serão realizados na Arena Fonte Nova, em Salvador, foram apresentados a 15 representantes de consultorias oriundas do encontro ocorrido na Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte (Sete), no Centro Administrativo da Bahia (CAB).

O Governo do Bahia, Governo Federal e Prefeitura de Salvador apresentaram as medidas que estão sendo tomadas nas áreas de segurança, mobilidade, saúde, turismo e cultura para consultas e representantes da Alemanha, México, Holanda, Portugal, Bélgica, Turquia, França, Estados Unidos, Japão, Finlândia, Cuba, Uruguai, Espanha, Grécia e Argentina.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DE TURISMO
SECRETARIA DO TURISMO - RUA DA LICITAÇÃO

AVISO DE LICITAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 01/2016

CONCORRÊNCIA Nº 01/2016 - SADE Nº 8030-230931/2016

URL: <http://www.mobil.gov.br>

LOCAL: SALVADOR, BAHIA, BRASIL

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

AVISO DE LICITAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 01/2016

CONCORRÊNCIA Nº 01/2016 - SADE Nº 8030-230931/2016

URL: <http://www.mobil.gov.br>

LOCAL: SALVADOR, BAHIA, BRASIL

EDITAL DE ASSEMBLEIA GERAL PARA RECONSTITUIÇÃO DO CONDOMÍNIO DE MEMBROS DA CÍRCULO 24 DE ABRIL SA QUE CONDOMÍNIO HERMOSA DA CIDADE DE FETIVO EM 2016

MATEO PRISCO CALVES MACHADO - CONDOMÍNIO 01/2016

POLÍTICA AMBIENTAL - FASE II - NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS S.A

- Promover de forma contínua programa de educação ambiental junto ao público interno e externo visando amplificar nos aspectos ambientais da região
- Apoiar a utilização de tecnologia limpa em todo processo da empresa, contribuindo com a diminuição de resíduos gerados na atividade
- Estabelecer objetivos e metas ambientais juntamente com todos os colaboradores internos e externos
- Estabelecer o uso consciente de energia elétrica no gerenciamento produtivo de rotina

ANA CAROLINA SOUZA BEZERRA

COMPANHIA FREIXERA INDOVAL

EDITAL DE CONVOCACÃO DE ROR

EDITAL DE CONVOCACÃO PARA O EXERCÍCIO DE FUNÇÃO DE MEMBRO DO CONDOMÍNIO DE MEMBROS DA CÍRCULO 24 DE ABRIL SA QUE CONDOMÍNIO HERMOSA DA CIDADE DE FETIVO EM 2016

ASSIMBLESIA PARA RECONSTITUIÇÃO DO CONDOMÍNIO

MATEO PRISCO CALVES MACHADO - CONDOMÍNIO 01/2016

PEDIDO DE LICENÇA AMBIENTAL FASE II (IMPLANTAÇÃO)

A HENDY NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS S.A. CNPJ Nº 09.425.762/0001-58, TORNA PÚBLICO QUE ESTÁ REQUERENDO A SECRETARIA DE MEIO AMBIENTE, SANITAMENTO E RECURSOS HÍDRICOS - SEMARH - LICENÇA AMBIENTAL FASE II (IMPLANTAÇÃO) PARA EMPREENDIMENTO METO DO PULMA, LOCALIZADO NO ENTORNO DE QUINAS DO RECUA LAURO DE FERREIRA

ANA CAROLINA SOUZA BEZERRA

SEMARH
Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Saneamento e Recursos Hídricos

ILEGÍVEL

179 cm

AVISO DE LICITAÇÃO

PREGÃO ELETRÔNICO nº 21/2016 - UASG 926302. Procedimento nº 003.0.33791/2016. Objeto: REGISTRO DE PREÇOS DE MATERIAIS DE EXPEDIENTE DIVERSOS, CONFORME ESPECIFICAÇÕES CONTIDAS NO EDITAL E SEUS ANEXOS. Entrega das propostas a partir de 01/07/2016 às 08:00h no site www.comprasgovernamentais.gov.br. ABERTURA DAS PROPOSTAS: 14/07/2016 às 14:00 (Horário de Brasília - DF) no site www.comprasnet.gov.br. Obs.: O Edital e seus Anexos poderão ser adquiridos no site: <http://www.mpba.mp.br> e por meio do site www.comprasgovernamentais.gov.br. Informações com a Coordenação de Licitação pelo telefax (71) 3103-0112. Salvador-Ba, 30/06/2016. Tatiane Melo - Pregoeiro Oficial.

CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 01/2016 - DIVULGAÇÃO DOS NOMES DE PROFISSIONAIS INDICADOS PARA COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA CONCORRÊNCIA 01/2016 - OBJETO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

A SUPERINTENDÊNCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA, através da CPL- Comissão Permanente de Licitação, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar, no dia 14/07/2016, às 9:30 horas, em sua sede, na 5ª Avenida, nº 750- Centro Administrativo da Bahia (CAB) - CEP 41.745-004-Salvador/ Ba, na sala 104 da Coordenação de Licitação, a sessão pública para sorteio dos profissionais que irão compor a Subcomissão Técnica que irá proceder à análise e ao julgamento das propostas técnicas a serem apresentadas no âmbito da Concorrência nº 1/2016, que tem por objeto a contratação de agência para a prestação de serviços de publicidade e Propaganda. Serão sorteados 3 (três) nomes dentre os profissionais abaixo indicados, dos quais 2 (dois) com vínculo com este MPBA e 1 (um) sem vínculo com o MPBA, a seguir:

Profissionais que mantêm vínculo com o Ministério Público

(nomes a serem sorteados):

1. Daniela Cairo Santos de Freitas - coordenadora técnica da Assessoria de Publicidade
2. Alessandra Costa Rangel - analista técnica
3. Otávio Alvares de Almeida Filho - analista técnico
4. Roberta de Araújo e Silva - analista técnica
5. Manuela Damaceno dos Santos - Oficial administrativo I (jornalista)
6. Fernanda de Pinho Almeida Machado- coordenadora técnica do Cerimonial

Profissionais que não mantêm vínculo com o Ministério Público

(nomes a serem sorteados):

1. Vanda Maria Amorim, Coordenadora da Assessoria de Comunicação Social, Defensoria Pública do Estado da Bahia.
2. Paulo Roberto Leandro, Assessor Adjunto de Comunicação, Tribunal de Justiça do Estado da Bahia
3. Danila Andrade Castro de Almeida, Gerente de Marketing, empresa Hemocat

Nos termos do § 5º do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante das relações acima, mediante fundamentos jurídicos plausíveis. As impugnações deverão impressas e apresentadas no protocolo geral desta Instituição, endereço acima epigrafado. Maiores esclarecimentos, poderão ser obtidos pelo telefone da Coordenação de Licitação :71 31030112/ 0225. Salvador/Ba, 30 de junho de 2016. Alvaro Medeiros Filho, Presidente da CPL-Comissão Permanente de Licitação.



CONCORRÊNCIA
01/2016
ESCLARECIMENTOS

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Janaina Santana" <janaina@slapropaganda.com.br>
Data: quinta-feira, 9 de junho de 2016 18:44
Para: <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Renata Monteiro" <renata@slapropaganda.com.br>
Assunto: Pedido de Esclarecimento
Prezados,

Pedimos a gentileza de esclarecer-nos acerca dos seguintes pontos do Edital de Concorrência 001/2016

- 1)
O edital indica que a via não identificada deve ser grampeada. E os demais invólucros? Podem ser encadernados ou não?
- 2)
No item "15.2.3 Ideia Criativa" a descrição da apresentação está incompleta. Faltam as alíneas "a" e "b" referentes à relação de peças. No item 15.3. a referência "alínea 'a' do subitem 15.2.4 não estaria errada? Porque esse item trata de estratégia e táticas de mídia. Não estaria incorreto esse item? As alíneas "a" e "b" não seriam, respectivamente, a relação corporificada e a não corporificada das peças?
- 3)
NÃO HÁ ESPECIFICAÇÃO da quantidade de páginas PARA O PLANO de Comunicação? Nem para o Plano de MÍDIA?
- 4)
Não há definição de tipo e corpo de letra para Capacidade de Atendimento, Repertório e Cases??



Janaina Santana

Diretora de Atendimento e Operações

(71) 3550-8020

(71) 90116-2791

janaina@slapropaganda.com.br

www.sla.mpba.mp.br

Aviso Legal Este é um e-mail eletrônico e pode conter informações sigilosas e/ou confidenciais. Assim, sua leitura, reprodução ou disseminação não é autorizada. Se você não é o destinatário pretendido, não deve divulgar, copiar, reproduzir ou fazer uso de qualquer informação contida neste e-mail. Se você recebeu este e-mail por engano, por favor, informe este fato ao seu remetente, e apague-o imediatamente de seu computador. Outros e-mails ou informações expressadas neste e-mail pertencem unicamente ao seu remetente e, não necessariamente, coincidem com aquelas refletidas, expedidas e/ou determinadas pela **SLA PROPAGANDA LTDA.**

10/06/2016

Coordenação de Licitação/ SGA/MPBA
Comissão Permanente de Licitação-CPL
Salvador/Ba, 16/06/2016

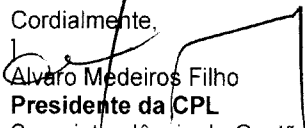
11/06/2016
Comissão Permanente de Licitação
BBFm

A
OCP

Caríssima Aranaí:

O vínculo do profissional, a ser colocado à disposição da execução do futuro contrato poderá se dar de várias formas, tais como: empregado, sócio, diretor, prestador de serviços ou ainda outros vínculos, desde que haja a devida comprovação, que poderá, por exemplo, se dar por CTPS; contrato; declaração; termo de compromisso, entre outros, ressalvando-se que a mera apresentação de registro profissional no órgão competente não tem o condão de provar a existência de vínculo entre o técnico e a empresa e, portanto, não atenderá à exigência editalícia.

Cordialmente,


Alvaro Medeiros Filho
Presidente da CPL
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

Prezados,

Boa tarde!

No item 15.11.1 do edital, sobre a quantificação e qualificação dos profissionais, informa que devem ser apresentadas as devidas comprovações do vínculo desses profissionais com a agência. De que forma pode se dar esta comprovação?

Ats,

amedeiros@mpba.mp.br

MP-BA

Coordenação de Licitação

Ass. JB3w

De: "Licitação" <licitacao@mpba.mp.br>
Data: quinta-feira, 16 de junho de 2016 18:09
Para: "Aranaí Dias - OCP - Atend02" <aranaidias@ocpcom.com.br>
Assunto: Re: Esclarecimento concorrência 01 2016
Coordenação de Licitação/ SGA/MPBA
Comissão Permanente de Licitação-CPL
Salvador/Ba, 16/06/2016

A
OCP

Caríssima Aranaí:

O vínculo do profissional, a ser colocado à disposição da execução do futuro contrato poderá se dar de várias formas, tais como: empregado, sócio, diretor, prestador de serviços ou ainda outros vínculos, desde que haja a devida comprovação, que poderá, por exemplo, se dar por CTPS; contrato; declaração; termo de compromisso, entre outros, ressalvando-se que a mera apresentação de registro profissional no órgão competente não tem o condão de provar a existência de vínculo entre o técnico e a empresa e, portanto, não atenderá à exigência editalícia.

Cordialmente,

Alvaro Medeiros Filho
Presidente da CPL
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
[email: licitacao@mpba.mp.br](mailto:licitacao@mpba.mp.br)
telefone: (71) 3103-0112

From: Aranaí Dias - OCP - Atend02
Sent: Wednesday, June 15, 2016 1:32 PM
To: licitacao@mpba.mp.br
Subject: Esclarecimento concorrência 01 2016

Prezados,

Boa tarde!

No item 15.11.1 do edital, sobre a quantificação e qualificação dos profissionais, informa que devem ser apresentadas as devidas comprovações do vínculo desses profissionais com a agência. De que forma pode se dar esta comprovação?

Ats,



Aranaí Dias

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

16/06/2016

184

Licitação

De: "Roberta Araújo" <roberta.araujo@mpba.mp.br>
Data: quinta-feira, 16 de junho de 2016 12:00
Para: "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Álvaro" <amedeiros@mpba.mp.br>; "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Assunto: Fw: Esclarecimento concorrência 01 2016

Álvaro,

segue resposta:

O vínculo do profissional, a ser colocado à disposição da execução do futuro contrato poderá se dar de várias formas, tais como: empregado, sócio, diretor, prestador de serviços ou ainda outros vínculos, desde que haja a devida comprovação, que poderá, por exemplo, se dar por CTPS; contrato; declaração; termo de compromisso, entre outros, ressalvando-se que a mera apresentação de registro profissional no órgão competente não tem o condão de provar a existência de vínculo entre o técnico e a empresa e, portanto, não atenderá à exigência editalícia.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: Licitação
Sent: Wednesday, June 15, 2016 7:11 PM
To: Roberta Araújo
Subject: Fw: Esclarecimento concorrência 01 2016

Coordenação de Licitação/SGA/MPBA
Salvador/Ba, 15/06/2016

Caros, Boa Noite!

Seque questionamento apresentado pela OCP.

No aguardo da vossa resposta, agradecemos.

Cordialmente,

Álvaro Medeiros Filho
Coordenador de Licitação
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

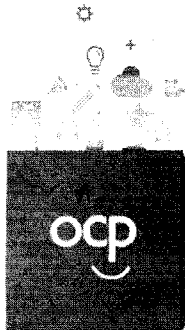
From: Aranaí Dias - OCP - Atend02
Sent: Wednesday, June 15, 2016 1:32 PM
To: licitacao@mpba.mp.br
Subject: Esclarecimento concorrência 01 2016

Prezados,

Boa-tarde!

No item 15.11.1 do edital, sobre a quantificação e qualificação dos profissionais, informa que devem ser apresentadas as devidas comprovações do vínculo desses profissionais com a agência. De que forma pode se dar esta comprovação?

Ats,



Aronai Dias

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

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

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

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

Coordenação de Licitação/ SGA/MPBA
Comissão Permanente de Licitação-CPL
Salvador/Ba, 20/06/2016

JBS car.

A
SLA
Caríssima Janaina:

Conforme esclarecimentos solicitados ref. **Concorrência 01/2016**, apresentamos as respostas em **vermelho**, como se segue:

O edital indica que a via não identificada deve ser grampeada. E os demais invólucros? Podem ser encadernados ou não?

O conteúdo do Envelope 1 (invólucro 1) – via não identificada, deve ser grampeado em caderno único, conforme item 15.5, alínea “h”.

Os conteúdos dos demais invólucros (Envelopes 2, 3 e 4) podem ser encadernados ou não, a critério da licitante.

No item “15.2.3 Ideia Criativa” a descrição da apresentação está incompleta. Faltam as alíneas “a” e “b” referentes à relação de peças.

A relação de peças da Ideia Criativa são tratados pelo edital, especialmente no item 15.5, alínea “n” e do 15.6 a 15.10.1 do Termo de Referência.

No item 15.3. a referência “alínea ‘a’ do subitem 15.2.4 não estaria errada? Porque esse item trata de estratégia e táticas de mídia. Não estaria incorreto esse item? As alíneas “a” e “b” não seriam, respectivamente, a relação corporificada e a não corporificada das peças?

Sim, a referência à alínea ‘a’ do subitem 15.2.4 está errada. O correto é a alínea ‘a’ do subitem 15.6 (**o edital será retificado**).

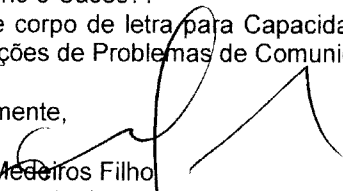
NÃO HÁ ESPECIFICAÇÃO da quantidade de páginas PARA O PLANO de Comunicação? Nem para o Plano de MÍDIA?

O Plano de Mídia faz parte do Plano de Comunicação e não há limitação quanto ao número de páginas desses quesitos, observando-se o disposto no item 15.5 do Termo de Referência.

Não há definição de tipo e corpo de letra para Capacidade de Atendimento, Repertório e Cases??

O tipo e corpo de letra para Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação são livres

Cordialmente,


Alvaro Medeiros Filho
Presidente da CPL
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

amedeiros@mpba.mp.br

Handwritten signature: *DB6 CW*

De: "Roberta Araújo" <roberta.araujo@mpba.mp.br>
Data: segunda-feira, 20 de junho de 2016 16:29
Para: "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Publicidade MP-BA" <publicidade@mpba.mp.br>; "Daniela Cairo Santos de Freitas" <danielacairo@mpba.mp.br>; "Maria Paula Simoes Silva" <mpaula@mpba.mp.br>
Assunto: Re: Pedido de Esclarecimento
Álvaro,

seguem respostas em vermelho.

Pedimos a gentileza de esclarecer-nos acerca dos seguintes pontos do Edital de Concorrência 001/2016

1)

O edital indica que a via não identificada deve ser grampeada. E os demais invólucros? Podem ser encadernados ou não?

O conteúdo do Envelope 1 (invólucro 1) – via não identificada, deve ser grampeado em caderno único, conforme item 15.5, alínea "h".

Os conteúdos dos demais invólucros (Envelopes 2, 3 e 4) podem ser encadernados ou não, a critério da licitante.

2)

No item "15.2.3 Ideia Criativa" a descrição da apresentação está incompleta. Faltam as alíneas "a" e "b" referentes à relação de peças. A relação de peças da Ideia Criativa são tratados pelo edital, especialmente no item 15.5, alínea "n" e do 15.6 a 15.10.1 do Termo de Referência. No item 15.3. a referência "alínea 'a' do subitem 15.2.4 não estaria errada? Porque esse item trata de estratégia e táticas de mídia. Não estaria incorreto esse item? As alíneas "a" e "b" não seriam, respectivamente, a relação corporificada e a não corporificada das peças? Sim, a referência à alínea 'a' do subitem 15.2.4 está errada. O correto é a alínea 'a' do subitem 15.6 (o edital será retificado).

3)

NÃO HÁ ESPECIFICAÇÃO da quantidade de páginas PARA O PLANO de Comunicação? Nem para o Plano de MÍDIA?

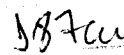
O Plano de Mídia faz parte do Plano de Comunicação e não há limitação quanto ao número de páginas desses quesitos, observando-se o disposto no item 15.5 do Termo de Referência.

4)

Não há definição de tipo e corpo de letra para Capacidade de Atendimento, Repertório e Cases??

O tipo e corpo de letra para Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação são livres.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br


Roberta Araújo

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

Coordenação de Licitação/ SGA/MPBA
Comissão Permanente de Licitação-CPL
Ref. Esclarecimentos
Concorrência 01/2016- Publicidade e Propaganda

MP-BA

Coordenação de Licitação

Fl. 188

Salvador/Ba, 01/07/2016

Caríssima,

Conforme vosso pedido de esclarecimento, segue a seguinte resposta:

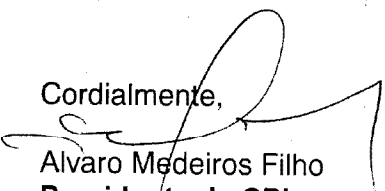
PERGUNTA: O item 15.9 do Edital diz que os CDs não podem ter impressão ou marca.

Nesses CDs serão gravados os monstros de Spot e Internet aos quais se refere o item 15.8, onde diz que devem trazer a indicação sucinta.

Dúvida: *onde indicaremos sucintamente a peça se o rótulo do CD não pode ter impressão?*

RESPOSTA: O item 15.8 trata da via não identificada. A indicação sucinta de cada peça e/ou material deve constar da relação comentada prevista no item 15.6, alínea "a".

Cordialmente,


Alvaro Medeiros Filho

Presidente da CPL

Superintendência de Gestão Administrativa

Ministério Público do Estado da Bahia

email: amedeiros@mpba.mp.br

email: licitacao@mpba.mp.br

telefone: (71) 3103-0112

amedeiros@mpba.mp.br

MPBA
Comissão de Licitação
JSA

De: "Licitação" <licitacao@mpba.mp.br>
Data: sexta-feira, 1 de julho de 2016 14:38
Para: "Janaina Santana" <janaina@slapropaganda.com.br>
Assunto: Re: Novo Pedido de Esclarecimento
Coordenação de Licitação/SGA/MPBA
Comissão Permanente de Licitação

Salvador, 01/07/2016

Carissima Janaina,

O item 15.8 trata da via não identificada. A indicação sucinta de cada peça e/ou material deve constar da relação comentada prevista no item 15.6, alínea "a".

Cordialmente,

Alvaro Medeiros Filho
Coordenador de Licitação
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

From: [Janaina Santana](mailto:Janaina.Santana)
Sent: Thursday, June 30, 2016 6:14 PM
To: [Licitação](mailto:Licitacao)
Cc: [Renata Monteiro](mailto:Renata.Monteiro)
Subject: Novo Pedido de Esclarecimento

Prezados,

O item 15.9 do Edital diz que os CDs não podem ter impressão ou marca.
Nesses CDs serão gravados os monstros de Spot e Internet aos quais se refere o item 15.8, onde diz que devem trazer a indicação sucinta.

Dúvida: *onde indicaremos sucintamente a peça se o rótulo do CD não pode ter impressão?*

Agradecemos esclarecer-nos. Cordialmente.



Janaina Santana
Diretora de Serviços e Operações

(71) 3339-0320
(71) 93116-2700
slapropaganda.com.br
www.slapropaganda.com.br

Aviso Legal: Esta mensagem eletrônica pode conter informações privilegiadas e/ou confidenciais. Assim, fica o seu receptor, desde já, expressamente notificado de que qualquer disseminação, distribuição, ou mesmo a efetivação de cópia não autorizada deste e-mail, é expressamente proibida. Se você (destinatário da mensagem) entende que recebeu esta mensagem indevidamente, ou, mesmo por engano, por favor, informe imediatamente seu promotor, o juiz ou o promotor responsável pelo computador, e informe ao seu chefe de seção. Não se responsabiliza por danos e multas decorrentes do uso indevido de e-mails. Qualquer violação de segurança de dados é imediatamente denunciada à SLA PROPAGANDA LTDA.

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

Coordenação de Licitação/ SGA/MPBA
Comissão Permanente de Licitação-CPL
Ref. Esclarecimentos
Concorrência 01/2016- Publicidade e Propaganda

Coordenação de Licitação
Jq. Oar

Salvador/Ba, 06/07/2016

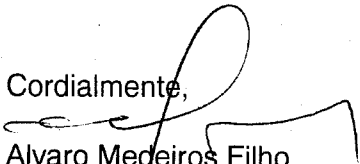
Caríssima,

Conforme vosso pedido de esclarecimento, segue a seguinte resposta:

PERGUNTA: As peças às quais se referem o item 15.10.1 pode ser impressas em qualquer tipo de papel?

RESPOSTA: A via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária é a única que exige o tipo do papel (vide item 15.5 do Anexo II-Termo de Referência). Os demais quesitos da via não identificada e da via identificada podem ser impressos em qualquer tipo de papel.

Cordialmente,


Alvaro Medeiros Filho
Presidente da CPL
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Data: terça-feira, 5 de julho de 2016 18:01
Para: "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>; "Álvaro" <amedeiros@mpba.mp.br>
Assunto: Fw: Pedido de Esclarecimento

Álvaro,

Álvaro

segue resposta:

A via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária é a única que exige o tipo do papel (vide item 15.5). Os demais quesitos da via não identificada e da via identificada podem ser impressos em qualquer tipo de papel:

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: Licitação
Sent: Monday, July 04, 2016 4:49 PM
To: Publicidade | CECOM - MPBA ; Roberta Araújo
Subject: Fw: Pedido de Esclarecimento

Coordenação de Licitação/SGA/MPBA
Salvador/Ba, 04/07/2016
A
CECOM

Fineza responder o questionamento da Janaina Santana – SLA.

No aguardo,

Agradecemos.

Alvaro Medeiros Filho
Coordenador de Licitação
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: **amedeiros@mpba.mp.br**
email: **licitacao@mpba.mp.br**
telefone: (71) 3103-0112

From: Janaina Santana

Sent: Monday, July 04, 2016 4:13 PM

To: Licitação

Subject: Pedido de Esclarecimento

Prezados,

As peças às quais se referem o item 15.10.1 pode ser impressas em qualquer tipo de papel?



Janaina Santana
Diretora de Atendimento Operações

SLA PROPAGANDA LTDA
CNPJ 06.908.110/0001-01
RUA ALVARO DE ALMEIDA, 100
CASA 100 - JARDIM SÃO CARLOS
01308-000 - SÃO CARLOS - SP

Aviso Legal: Esta mensagem eletrônica pode conter informações privilegiadas e/ou confidenciais. Assim, fica o seu receptor, desde lá, exclusivamente autorizado de que qualquer disseminação, distribuição, ou mesmo a obtenção de cópia não autorizada deste e-mail, e a consequente utilização, por você (destinatário da mensagem) entende que recebeu esta mensagem indevidamente, ou, mesmo por qualquer motivo, informa este fato ao seu remetente, e apaga-a imediatamente de seu computador. Outrossim, as opções e/ou informações expressadas neste e-mail, pertencem unicamente ao seu remetente e, não necessariamente, coincidem com opiniões, reivindicações, exposições e/ou determinações pela **SLA PROPAGANDA LTDA**.

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

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Licitação" <licitacao@mpba.mp.br>
 Data: quarta-feira, 13 de julho de 2016 17:15
 Para: "Leandro Nascimento" <leandro@yaya.com.br>
 Assunto: Fw: Esclarecimentos Concorrência 01/2016

Caro Leandro, para esclarecer, considerar a errata do índice de liquidez geral:

AC + ARLP
 ILG = -----
 PC + PNC

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

Grato,

Alvaro Medeiros Filho
Coordenador de Licitação
 Superintendência de Gestão Administrativa
 Ministério Público do Estado da Bahia
 email: amedeiros@mpba.mp.br
 email: licitacao@mpba.mp.br
 telefone: (71) 3103-0112

From: Leandro Nascimento
Sent: Wednesday, July 13, 2016 4:19 PM
To: licitacao@mpba.mp.br ; Erivaldo Franca
Subject: Esclarecimentos Concorrência 01/2016

No Edital, no item 15.5.2 na qual solicita:
 Apresentar DEMONSTRATIVO DE ILG (ÍNDICE DE LIQUIDEZ GERAL)

Neste quesito a formula que se encontra no edital

AC + PRLP
 ILG = -----
 PC + PNC

Gostaríamos de saber se esta correta? Ou seria essa outra?

AC + ANC
 ILG = -----
 PC + PNC

Leandro Nascimento

13/07/2016

Yayá Comunicação Integrada

mandu@yaya.com.br | yaya.com.br

Telefone: +55 71 33512769 / 8193 2346



* A Yayá Comunicação Integrada não se responsabiliza pelas informações pessoais contidas nesta mensagem, sendo estas de total responsabilidade do autor.

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

amedeiros@mpba.mp.br

Coordenação de Licitação

De: "Licitação" <licitacao@mpba.mp.br>
Data: quarta-feira, 13 de julho de 2016 18:14
Para: "Alan Abreu VIAMÍDIA" <alan@viamidia.com.br>
Assunto: Re: DÚVIDAS 001 - licitação Concorrência nº 01/2016 - VIAMÍDIA PUBLICIDADE
Coordenação de Licitação/SGA?MPBA
Salvador/Ba, 13/07/2016

J93ca

A
VIA MÍDIA

Caro Alan, Boa Noite!

Conforme pedido apresentado, seguem as respostas:

1) Pergunta: O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, deverá ser confeccionado com qual espaçamento nas margens inferior e superior? Devemos considerar 2cm como foi especificado no edital: "b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;"

Resposta: O espaçamento nas margens inferior e superior deve ser o padrão do software de edição de texto utilizado pela licitante.

2) Pergunta: No caso de uma peça de outdoor criada como teaser (outdoor com resposta) considero como sendo uma peça ou 2 peças ?

Resposta: Considerar apenas 01 (uma) peça.

3) Pergunta: "ações online, monitoramento e intervenção em mídias sociais e ações educativas para ensino médio e ensino fundamental. " - Cada ação que criarmos mesmo que não tenha peças publicitárias, entram contando no limite de peças?

Resposta: Conforme o item 15.7 do Termo de Referência (TR), o limite de 15 (quinze) peças refere-se apenas àquelas escolhidas pela licitante para corporificar a campanha. As demais peças e ações criadas devem ser citadas na relação prevista no item 15.6 do TR.

Fineza acompanhar os questionamentos e erratas, no site www.mpba.mp.br

Cordialmente,

Alvaro Medeiros Filho
Presidente da CPL
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

From: Alan Abreu VIAMÍDIA
Sent: Monday, July 11, 2016 11:42 AM
To: licitacao@mpba.mp.br
Subject: DÚVIDAS 001 - licitação Concorrência nº 01/2016 - VIAMÍDIA PUBLICIDADE

13/07/2016

Coordenação de Licitação/ SGA/MPBA
Comissão Permanente de Licitação-CPL
Ref. Esclarecimentos
Concorrência 01/2016- Publicidade e Propaganda

MP-BA
Coordenação de Licitação
15/07/2016

Salvador/Ba, 15/07/2016

Caros,

Conforme pedido de esclarecimentos apresentados, seguem as seguintes respostas:

PERGUNTA 1: As tabelas, planilhas e/ou gráficos integrantes do plano de mídia poderão ser apresentadas no formato paisagem, como normalmente utilizado?

RESPOSTA: Sim, a orientação da página é opcional no que tange a esse tópico.

PERGUNTA 2: No plano de Comunicação poderá ser utilizado espaçamento duplo entre os parágrafos?

RESPOSTA: Sim, observando-se as outras exigências contidas no item 15.5 da Proposta Técnica.

Cordialmente,

Alvaro Medeiros Filho
Presidente da CPL
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

Licitação

De: "Daniela Cairo" <danielacairo@mpba.mp.br>
Data: sexta-feira, 15 de julho de 2016 17:49
Para: "Licitação" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Publicidade MP-BA" <publicidade@mpba.mp.br>
Assunto: Re: quest. Conc. 01 2016 - Objectiva
Álvaro,

MP-BA
Coordenação de Licitação

J. S. C.

Segue:

Pergunta 01) As tabelas, planilhas e/ou gráficos integrantes do plano de mídia poderão ser apresentadas no formato paisagem, como normalmente utilizado?

Resposta: Sim, a orientação da página é opcional no que tange a esse tópico.

Pergunta 02) No plano de Comunicação poderá ser utilizado espaçamento duplo entre os parágrafos?

Resposta: Sim, observando-se as outras exigências contidas no item 15.5 da Proposta Técnica.

Ats,

Daniela Cairo
Coordenadora Técnica
Assessoria de Publicidade
Central Integrada de Comunicação Social - CECOM
Gabinete do Procurador-Geral de Justiça
Ministério Público do Estado da Bahia
71 3103 0442 | www.mpba.mp.br

-----Mensagem Original-----

From: Licitação
Sent: Thursday, July 14, 2016 6:19 PM
To: Publicidade | CECOM - MPBA ; danielacairo@mpba.mp.br ; Roberta Araújo
Subject: Fw: quest. Conc. 01 2016 - Objectiva

Coordenação de Licitação/SGA/MPBA
Salvador/Ba, 14/07/2016

Caríssimos, Boa Noite!

Segue o pedido ref. aos questionamentos da Concorrência 01/2016,

apresentados pela interessada Objectiva Comunicação Ltda, fineza retornar as respostas.

Cordialmente,

Alvaro Medeiros Filho
Coordenador de Licitação
Superintendência de Gestão Administrativa
Ministério Público do Estado da Bahia
email: amedeiros@mpba.mp.br
email: licitacao@mpba.mp.br
telefone: (71) 3103-0112

A OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA., vem por seus representantes legais, requerer esclarecimentos sobre o edital em referência, e o faz da forma abaixo:

Pergunta 01) As tabelas, planilhas e/ou gráficos integrantes do plano de mídia poderão ser apresentadas no formato paisagem, como normalmente utilizado?

Pergunta 02) No plano de Comunicação poderá ser utilizado espaçamento duplo entre os parágrafos?

---Mensagem Original-----

From: Anaiçara Góes

Sent: Thursday, July 14, 2016 4:47 PM

To: licitacao@mpba.mp.br

Subject: questionamento

À comissão de Licitação,

Aguardo retorno,

Obrigada,

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

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

CONCORRÊNCIA

01/2016

ERRATAS

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

email: licitacao@mpba.mp.br

telefone: (71) 3103-0112

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Roberta Araújo" <roberta.araujo@mpba.mp.br>
Data: segunda-feira, 20 de junho de 2016 15:44
Para: "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>; "Álvaro" <amedeiros@mpba.mp.br>
Assunto: Fw: Retificação 2 - Edital Concorrência

Álvaro,

segue mais uam retificação:

ONDE SE LÊ: 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: 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.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

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

amedeiros@mpba.mp.br

20/06

De: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Data: segunda-feira, 20 de junho de 2016 12:38
Para: "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>; "Daniela Cairo Santos de Freitas" <danielacairo@mpba.mp.br>; "Álvaro" <amedeiros@mpba.mp.br>
Assunto: Concorrência 01/2016 - correção no edital

Álvaro,

Solicitamos um ajuste no edital:

Onde se lê: "15.7 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 15.5:",
leia-se: "15.7 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do **subitem 15.6**".

Grata,

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br
Missão do MPBA: Defender a sociedade e o regime democrático para garantia da cidadania plena.



John

SUPERINTENDENCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA
COORDENAÇÃO DE LICITAÇÃO

Of. Circ nº 05/2016

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

OBJETO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Salvador/Ba, 13 de julho de 2016.

Senhores interessados, fineza considerar a correção da fórmula do índice de liquidez geral (ILG), item 19.5.2 do edital, como se segue:

ONDE SE LÊ:

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

LEIA-SE:

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

Considerar siglas:

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

Atenciosamente,

Alvaro Medeiros Filho

Presidente da CPL

Superintendência de Gestão Administrativa

Ministério Público do Estado da Bahia

email: amedeiros@mpba.mp.br

email: licitacao@mpba.mp.br

telefone: (71) 3103-0112

CONCORRÊNCIA

01/2016

Subcomissão

Técnica

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Data: quinta-feira, 30 de junho de 2016 17:42
Para: "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Daniela Cairo Santos de Freitas" <daniela@mpba.mp.br>; "Álvaro" <amedeiros@mpba.mp.br>;
"Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Assunto: Fw: Indicações - sorteio Subcomissão técnica

2030

Segue novamente.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: Publicidade | CECOM - MPBA
Sent: Tuesday, June 28, 2016 4:12 PM
To: [licitacao](#)
Cc: [Álvaro](#) ; [Publicidade | CECOM - MPBA](#) ; [Daniela Cairo Santos de Freitas](#)
Subject: Indicações - sorteio Subcomissão técnica

Prezados,

seguem os nomes para o sorteio.

Indicação para Subcomissão

Indicados do MP (todos integrantes da Central Integrada de Comunicação Social):

1. Daniela Cairo Santos de Freitas – coordenadora técnica da Assessoria de Publicidade
2. Alessandra Costa Rangel – analista técnica
3. Otávio Alvares de Almeida Filho – analista técnico
4. Roberta de Araújo e Silva – analista técnica
5. Manuela Damaceno dos Santos – Oficial administrativo I (jornalista)
6. Fernanda de Pinho Almeida Machado – coordenadora técnica do Cerimonial

Outros indicados:

Vanda Maria Amorim, Coordenadora da Assessoria de Comunicação Social, Defensoria Pública do Estado da Bahia.

Paulo Roberto Leandro, Assessor Adjunto de Comunicação, Tribunal de Justiça do Estado da Bahia

Danila Andrade Castro de Almeida, Gerente de Marketing, empresa Hemocat

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

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

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

amedeiros@mpba.mp.br

De: "Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Data: quinta-feira, 30 de junho de 2016 17:42
Para: "licitacao" <licitacao@mpba.mp.br>
Cc: "Daniela Cairo Santos de Freitas" <danielacairo@mpba.mp.br>; "Álvaro" <amedeiros@mpba.mp.br>;
"Publicidade | CECOM - MPBA" <publicidade@mpba.mp.br>
Assunto: Fw: Indicações - sorteio Subcomissão técnica

Segue novamente.

Roberta Araújo
Analista Técnica - Publicidade
Assessoria de Publicidade - CECOM
Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça
71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

From: Publicidade | CECOM - MPBA
Sent: Tuesday, June 28, 2016 4:12 PM
To: licitacao
Cc: Álvaro ; Publicidade | CECOM - MPBA ; Daniela Cairo Santos de Freitas
Subject: Indicações - sorteio Subcomissão técnica

Prezados,

seguem os nomes para o sorteio.

Indicação para Subcomissão

Indicados do MP (todos integrantes da Central Integrada de Comunicação Social):

1. Daniela Cairo Santos de Freitas – coordenadora técnica da Assessoria de Publicidade
2. Alessandra Costa Rangel – analista técnica
3. Otávio Alvares de Almeida Filho – analista técnico
4. Roberta de Araújo e Silva – analista técnica
5. Manuela Damaceno dos Santos – Oficial administrativo I (jornalista)
6. Fernanda de Pinho Almeida Machado – coordenadora técnica do Cerimonial

Outros indicados:

Vanda Maria Amorim, Coordenadora da Assessoria de Comunicação Social, Defensoria Pública do Estado da Bahia.

Paulo Roberto Leandro, Assessor Adjunto de Comunicação, Tribunal de Justiça do Estado da Bahia

Danila Andrade Castro de Almeida, Gerente de Marketing, empresa Hemocat

30/06/2016

MPBA
Comissão de Licitação

JOSM

Roberta Araújo

Analista Técnica - Publicidade

Assessoria de Publicidade - CECOM

Gabinete da Procuradora-Geral de Justiça

71 3103 0581 | www.mpba.mp.br

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

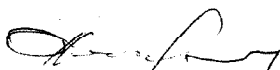
Missão do MPBA: Defender a sociedade e o regime democrático para garantia da cidadania plena.



ATA DA SESSÃO PARA SORTEIO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

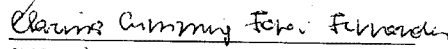
Joba

Ao décimo quarto dia do mês de julho do ano de dois mil e dezesseis, às 09:30h, a Comissão Permanente de Licitação-CPL, designada através das Portarias nº 1.562/2014 de 07/10/2014 e 35/2016 de 06/01/2016, do Gabinete do Procurador Geral de Justiça, publicadas no Diário da Justiça Eletrônico do TJBA de 08/ /2014 e 07/01/2016, reuniram-se em sessão pública na sala 104 da Coordenação de Licitação, prédio sede do Ministério Público do Estado da Bahia, no CAB, em atenção aos termos da Lei Federal nº 12.232/10 e da Lei Estadual nº 9.433/2005, para o sorteio da subcomissão técnica do procedimento **003.0.230931/2015 – CONCORRÊNCIA Nº 01/2016**, cujo objeto é a contratação de empresa para a **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES E CONDIÇÕES CONSTANTES NO EDITAL**. A sessão foi aberta, presentes ao sorteio a Assistente Técnica Administrativa, lotada na Coordenação de Suprimentos, CLARISSA CUMMING FARANI FERNANDES, a Assistente Técnica Administrativa, KARINA CARVALHO RÉGO, lotada no Coordenação de Gestão Estratégica, e a representante da empresa SLA Propaganda Ltda, JANAINA DE ANDRADE E SANTANA SANTOS, para assistir à sessão e os membros da CPL. Dando início aos trabalhos foram inseridos pelos membros da CPL na urna vazia um a um os papéis, em tamanhos e formas iguais entre si, com os nomes dos servidores da Instituição, nomeados através da publicação ocorrida em 01/07/2016, no DJ-e, quais sejam: 1. Daniela Cairo Santos de Freitas; 2. Alessandra Costa Rangel; 3. Otávio Alvares de Almeida Filho; 4. Roberta de Araújo e Silva; 5. Manuela Damaceno dos Santos e 6. Fernanda de Pinho Almeida Machado, todos deste Ministério Público do Estado da Bahia, procedendo-se à primeira etapa do sorteio dos dois primeiros nomes que compoem a subcomissão técnica, tendo sido sorteados os servidores: ALESSANDRA COSTA RANGEL e DANIELA CAIRO SANTOS DE FREITAS. Em continuidade ao sorteio, passamos à inserção dos nomes dos indicados não pertencentes ao quadro de servidores do Órgão na urna vazia um a um em papéis, em tamanhos e formas iguais entre si, com os nomes dos mesmos: 1. Vanda Maria Amorim (Defensoria Pública do Estado da Bahia); 2. Paulo Roberto Leandro (Tribunal De Justiça do Estado da Bahia) e 3. Danila Andrade Castro de Almeida (Empresa Hemocat), que também constaram da nomeação publicada no DJ-e de 01/07/2016, sendo sorteada VANDA MARIA AMORIM. Nada foi dito pelos presentes quando franqueada a manifestação destes. A Comissão dará ciência do resultado do sorteio através de publicidade no DJ-e – Diário de Justiça Eletrônico do Poder Judiciário da Bahia, disponibilizado no portal eletrônico do Ministério Público. Nada mais havendo a acrescentar, o presidente encerrou a presente ata depois de lida e por todos achados conforme. Salvador, 14 de julho de 2016.

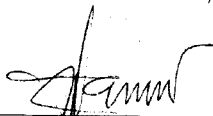

Alvaro Medeiros Filho
Presidente da CPL


Tatiane de Jesus Melo
Membro


Mônica Sobrinho
Membro


CLARISSA CUMMING FARANI FERNANDES


KARINA CARVALHO RÉGO


JANAINA DE ANDRADE E SANTANA SANTOS

SUPERINTENDÊNCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA
DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

PROCESSO INDEFERIDO PELA SUPERINTENDÊNCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA:
 003.0.125888/2016 - THIAGO MEIRA GUERREIRO, ex-servidor, cadastro nº 352.928. Pagamento de indenização pelo reajuste do vencimento concedido aos servidores

LICENÇA PRÊMIO DEFERIDA						
MAT.	NOME DO SERVIDOR	LEI Nº 13.471/2015	QT. DIAS DEFERIDOS	INÍCIO	TÉRMINO	QUINQUÊNIO
352.287	ADRIANA RODRIGUES DE OLIVEIRA	Art. 3º	30	21/11/2016	20/12/2016	2005/2010

SUPERINTENDENCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA. 14 de julho de 2016.

PROCESSO DEFERIDO PELA SUPERINTENDÊNCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA:
 003.0.130424/2016 - GUILHERME SALES BARBOSA NETO, cadastro nº 352.763. Ajuda de Custo.

PROCESSO DEFERIDO PELA SUPERINTENDÊNCIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA:
 AVERBAÇÃO DE TEMPO DE SERVIÇO

Nome	Matrícula	Cargo	Processo	Tempo averbado		Efeitos
ANA PAULA RODRIGUES LOPES	353.009	Assistente Técnico-Administrativo	003.0.61391/2016	09 anos e 16 dias	serviço público e contribuição	aposentadoria, disponibilidade e desempate da carreira.

COMISSÃO DE LICITAÇÃO

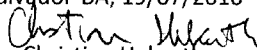
RESULTADO DO SORTEIO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA A CONCORRÊNCIA 01/2016 OBJETO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA A Comissão Permanente de Licitação-CPL do Ministério Público do Estado da Bahia, com base no princípio da publicidade e § 2º, art.10 da Lei 12.232 de 29/04/2010, torna público que, foi procedido o sorteio dos profissionais de Comunicação Social indicados conforme Chamamento Público 01/2016 publicado no DJ-e do TJBA de 01/07/2016, para a formação da Subcomissão Técnica destinada a análise e o julgamento das propostas técnicas pertinentes a Concorrência 01/2016 - Objeto: Publicidade e Propaganda. Foram sorteados: ALESSANDRA COSTA RANGEL e DANIELA CAIRO SANTOS DE FREITAS vinculados ao Ministério Público do Estado da Bahia e VANDA MARIA AMORIM vinculada a Defensoria Pública do Estado da Bahia. Salvador/Ba, 14/07/2016. Alvaro Medeiros Filho- Presidente da CPL/MPBa.



TERMO DE ENCERRAMENTO DE VOLUME

Ao(s) **dezenove** dia(s) do mês de **julho** do ano de **dois mil e dezesesseis**, procedemos ao encerramento do volume nº **01** do processo nº **003.0.230931/2015**, contendo **208** folhas, abrindo-se em seguida o volume nº **02**.

Salvador-BA, 19/07/2016


Christian Heberth

Assistente Técnico Adm.