



ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

**EDITAL**

**CONCORRÊNCIA Nº 00001/2025 – PMBEX**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00014/2025 – PMBEX**

**OBJETO:** CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIACÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, PARA ATENDER AS NECESSIDADES DO MUNICÍPIO DE BAYEUX-PB.

**SETORES SOLICITANTES:**

CHEFIA DE GABINETE  
SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO  
SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E SEGURANÇA ALIMENTAR  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

**CRITÉRIO DE JULGAMENTO:** TÉCNICA E PREÇO

**RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS:** DIA 29 DE OUTUBRO DE 2025, ÀS 11:00 HORAS

**LOCAL:** SALA DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E CONTRATAÇÕES PÚBLICAS, NO CENTRO ADMINISTRATIVO MUNICIPAL DA PREFEITURA DE BAYEUX, AV. LIBERDADE, 2637 - SESI - BAYEUX - PB, CNPJ Nº 08.924.581/0001-60

**INFORMAÇÕES:** PORTAL DA TRANSPARÊNCIA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX-PB  
([HTTPS://TRANSPARENCIA.BAYEUX.PB.GOV.BR/APP/PB/BAYEUX/1](https://transparencia.bayeux.pb.gov.br/app/pb/bayeux/1))  
OU POR E-MAIL ([LICITACAOBAYEUX@GMAIL.COM](mailto:LICITACAOBAYEUX@GMAIL.COM))



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**EDITAL**

**CONCORRÊNCIA Nº 00001/2025 – PMBEX**  
**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00014/2025 – PMBEX**

**1. PREÂMBULO**

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX/PB**, representada pela Chefia de Gabinete, Secretaria Municipal de Educação, Secretaria Municipal de Assistência Social e Segurança Alimentar e a Secretaria Municipal de Saúde, por intermédio da **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E CONTRATAÇÕES PÚBLICAS (CPL)**, torna público que realizará procedimento licitatório **ÀS 11:00 HORAS, DO DIA 29 DE OUTUBRO DE 2025**, na modalidade **CONCORRÊNCIA Nº 00001/2025 – PMBEX**, com critério de julgamento do tipo **TÉCNICA E PREÇO** em modo de disputa fechado, a ocorrer de forma presencial, no endereço anteriormente mencionado, cuja minuta foi aprovada pela Procuradoria Geral Município, objetivando a contratação do objeto descrito no item 04 e conforme condições fixadas neste Edital e anexos, sob regime da Lei nº 12.232/10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/65 e 14.133/21.

**2. DISPONIBILIDADE DO EDITAL**

O presente Edital estará disponível no Portal da Transparência da Prefeitura Municipal de Bayeux (<https://transparencia.bayeux.pb.gov.br/app/pb/bayeux/1/portal-de-licitacoes-e-contratos>), Portal Nacional de Compras Públicas – PNCP, Mural de Licitações do Tribunal de Contas do Estado da Paraíba, podendo ainda ser obtido a pedido pelo seguinte endereço eletrônico: [licitacaobayeux@gmail.com](mailto:licitacaobayeux@gmail.com) ou presencialmente na nos dias úteis, de segunda à sexta-feira, no horário das 08h00min às 14h00min (horário local), a partir da data da sua emissão, na sede da CPL, situada no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

**3. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

**3.1** - As Propostas Técnica e de Preços serão recebidas às **11:00 HORAS, DO DIA 29 DE OUTUBRO DE 2025**, no endereço anteriormente mencionado.

**3.1.1** - Não havendo expediente por fato superveniente que venha a impedir a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil, posterior ao fato que ensejou o impedimento, no mesmo horário e endereço acima estabelecidos.

**3.1.2** - A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação aplicável a matéria.

**3.2** - Os documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem divulgados pela Comissão Permanente de Licitação.

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

**4. OBJETO, VALOR, FONTE DE RECURSOS E VIGÊNCIA CONTRATUAL**

**4.1** - O objeto da presente Concorrência é a **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, PARA ATENDER AS NECESSIDADES DO MUNICÍPIO DE BAYEUX-PB.**

**4.1.1** - Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

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

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas.

**4.1.1.1** - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 4.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX/PB**, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

**4.1.2** - É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações, previstas na alínea "a" do subitem 4.1.1, 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.

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

**4.1.4** - O planejamento, previsto no item 4.1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

**4.2** - É vedado incluir outros serviços não previstos nos itens 4.1 e 4.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

**4.2.1** - Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

**4.2.2** - Os patrocínios publicitários, mencionados no item 4.2.1, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

**4.3** - Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

**4.4** - A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 4.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**4.5** - Os recursos orçamentários ao cumprimento do contrato decorrente desta licitação serão oriundos da fonte orçamentária dos Recursos Ordinários da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, dentro da previsão orçamentária para gastos com divulgação institucional, publicidade e propaganda, estimados em R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

**4.6** - As despesas decorrentes da presente licitação serão com recursos:

NATUREZA DA DESPESA: 3390.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ;  
2.010 – GABINETE DA PREFEITA;  
04.122.2002 2002 - MANUTENÇÃO DAS ATIV. DO GABINETE DA PREFEITA;  
2.060 – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

12.361.2005.2196 – MANUTENÇÃO DAS ATIV. ADM. DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO;  
2.090 – SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E SEGURANÇA ALIMENTAR  
04.122.2002.2053 – MANUTENÇÃO DAS ATIV. DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E  
SEGURANÇA ALIMENTAR;  
2.091 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL  
08.244.3051.2118 – MANUT. DAS ATIV. DO PROGRAMA BOLSA FAMÍLIA  
08.244.3051.2218 – MANUT. DAS ATIV. DO PROGRAMA CRIANÇA FELIZ  
08244.3038.2232 – MANUTENÇÃO DOS SERV. DA PROTEÇÃO BÁSICA – PAIF

NATUREZA DA DESPESA – 3390.00:  
3390.30 – MATERIAL DE CONSUMO  
3390.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA  
02.151 FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE – FMS  
10.122.3024.2093 – MANUTENÇÃO DO FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE.

4.7 - A Contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba indicada no item 4.5.

4.8 - O prazo de vigência do contrato, será de 12 (doze) meses, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado na forma do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

4.8.1 - No interesse da Contratante, o valor inicial atualizado do Contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), nos termos do artigo 125 da Lei 14.133/2021.

4.8.1.1 - A licitante vencedora fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições licitadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários.

## **5. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

5.1 - Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas, exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica.

5.2 - A Subcomissão Técnica será constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 01 (um) deles não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Contratante.

5.3 - A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública a ser realizada antes da Sessão de Recebimento das Propostas, entre os nomes de uma relação previamente cadastrados, nos termos do artigo 10 da Lei 12.232/10.

5.4 - Caberá à Subcomissão Técnica:

5.4.1 - Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Edital;

5.4.2 - Notificar à Comissão de Contratação, que desclassificará os PARTICIPANTES que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas a aposição demarca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação das proponentes no ENVELOPE Nº 1 e/ou documentos neles contidos.

5.4.3 - Produzir e encaminhar à Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento das propostas técnicas dos PARTICIPANTES, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso;

5.4.4 - Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos PARTICIPANTES relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Contratação.

## **6 – DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO OU IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**6.1** - Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

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

**6.2** - Qualquer impugnação ou pedido de esclarecimento deverá ser encaminhado por e-mail ([licitacaobayeux@gmail.com](mailto:licitacaobayeux@gmail.com)) ou protocolado, na sala de reuniões da Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, de segunda à sexta-feira, das 08:00 às 14:00.

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

**6.4** - Os PARTICIPANTES não devem utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária - INVÓLUCRO Nº 1, a identificação da sua PROPOSTA TÉCNICA perante a Subcomissão Técnica.

**6.5** - A Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas poderá emitir Alterações e/ou Esclarecimentos aos documentos que integram este Edital, para revisar e/ou modificar quaisquer de suas partes, observando o §1º do artigo 55 da Lei nº 14.133/21.

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

## **7 – RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**7.1** – Dos atos da Administração, decorrentes da aplicação da Lei nº. 14.133/21, e suas atualizações, caberá:

I. – recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata nos casos de:

- a) ato que defira ou indefira pedido de pré-qualificação de interessado ou de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
- b) julgamento das propostas;
- c) ato de habilitação ou inabilitação de licitante;
- d) anulação ou revogação da licitação;
- e) extinção do contrato, quando determinada por ato unilateral e escrito da Administração;

II. – Pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação, relativamente a ato do qual não caiba recurso hierárquico.

**7.2** - Quanto ao recurso apresentado em virtude do disposto nas alíneas “b” e “c” do item I do 7.1, serão observadas as seguintes disposições:

**7.2.1** - A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão, e o prazo para apresentação das razões recursais previsto no item I do 7.1 será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação;

**7.2.2** - A apreciação dar-se-á em fase única.

**7.3** - O recurso de que trata o item I do 7.1 será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

**7.4** - O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

**7.5** - O prazo para apresentação de contrarrazões será o mesmo do recurso e terá início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

7.6 - Será assegurado ao licitante vista dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

7.7 - Os recursos interpostos fora dos prazos não serão conhecidos.

## **8 - CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**8.1** - Poderão participar da presente Licitação as empresas brasileiras ou estrangeiras em funcionamento no país, legalmente constituídas e estabelecidas, que atendam às condições exigidas neste Edital.

**8.2** - Os serviços de publicidade previstos neste edital serão contratados com agência 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.

**8.2.1** - 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.

**8.3** – Será vedada a participação de empresa na licitação quando:

- a) Cujas falência tenha sido declarada, em concurso de credores, em dissolução, em liquidação e em consórcio de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição.
- b) Que por qualquer motivo tenha sido declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, Federal, estadual ou Municipal.
- c) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb;
- d) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb;
- e) As pessoas físicas e jurídicas de que trata o art. 14 da Lei nº 14.133/21;
- f) Que não possuam como objeto social a atividade de agência de publicidade;
- g) Que apresente o Envelope Nº 1 diferente daquele fornecido pela Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas.

**8.4** - A participação na presente Licitação implica e fará prova de que o licitante:

- a) Conhece e concorda com todas as especificações e condições do Edital e seus anexos, com aceitação integral e irrevogável de todos os seus termos, cláusulas e condições, submetendo-se às condições nele estabelecidas;
- b) Não tem dúvidas sobre quaisquer documentos que compõem o Edital, não podendo reivindicar posterior desconhecimento ou falta de recebimento de quaisquer das partes que o integram; e,
- c) Considerou que o Edital e seus anexos referentes a esta Licitação permitiram a elaboração de uma proposta totalmente satisfatória.
- d) A confirmação de que recebeu o Envelope Nº 1 fornecido pela Comissão de Contratação, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação deste certame.

**8.5** - Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

## **9 - DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO**

**9.1** - As empresas interessadas poderão estar presentes por meio de um representante legal, com poderes para intervir nas fases do procedimento licitatório, devendo, no ato de entrega dos envelopes, apresentar documento de credenciamento de acordo com o “Modelo de Carta de Credenciamento” (Anexo VI), separadamente dos envelopes, acompanhado de documento que o identifique como representante do licitante, de acordo com uma das seguintes formas.

**9.1.1** - Em sendo procurador legalmente constituído para tal fim, deverá apresentar instrumento público de procuração ou instrumento particular, com firma reconhecida em cartório, assinada pelo representante legal da empresa, acompanhada de cópia da cédula de identidade ou outro documento de identificação pessoal de fé pública e cópia autenticada do respectivo Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado no órgão de registro de comércio competente.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

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

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

**9.2 – NOS CASOS DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE – EPP E DE MICROEMPRESAS – ME**, que pretendam sua inclusão no regime diferenciado concedido pela Lei Complementar nº 123/2006, pelo Decreto nº 32.056, de 24/03/2011 do Estado da Paraíba e combinado com a Lei nº 147/2014, estas deverão apresentar, ainda no Credenciamento, em anexo a **DECLARAÇÃO** firmada pelo contador que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte e/ou **CERTIDÃO SIMPLIFICADA** emitida pela Junta Comercial do Estado a que pertença, com data de expedição de até 60 (sessenta) dias em relação a data de abertura da Licitação;

**9.2.1** – A apresentação declaração mencionada no subitem anterior é facultativa e deverá ser entregue tão-somente pelas licitantes efetivamente enquadradas que pretendam se beneficiar do regime legal diferenciado e que não tenham sido alcançadas por alguma hipótese de exclusão do tratamento jurídico diferenciado.

**9.2.2** – A participação em licitação na condição de microempresa ou empresa de pequeno porte ou cooperativa equiparada, sem que haja o enquadramento nessas categorias, ensejará a aplicação das sanções previstas em Lei e a exclusão do regime de tratamento diferenciado. A comissão poderá realizar diligências para verificar a veracidade da declaração. \*a participação nas condições previstas acima, implica no reconhecimento de não se encontrar em nenhuma das situações previstas no parágrafo quarto, do art. 3º, da Lei Complementar nº 123/06.

**9.3** - A não utilização da faculdade prevista no subitem 8.2, será considerado que a Licitante optou por renunciar aos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006, o Decreto nº 32.056, de 24/03/2011 do Estado da Paraíba e combinado com a Lei nº 147/2014 e o Decreto nº 8.538 de 06 de outubro de 2015.

**9.4** - A ausência do documento de credenciamento ou sua incorreção não excluirá o licitante do certame, porém impedirá o representante de manifestar-se ou praticar qualquer ato inerente à Licitação.

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

**9.6** - Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento perante a Comissão Permanente de Licitação.

**9.7** - Caso a PARTICIPANTE não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Licitações e Contratações Públicas, na data, hora e local indicados neste Edital.

**9.8** - Os documentos necessários para a representação das PARTICIPANTES nas sessões deverão ser entregues à Comissão de Licitações e Contratações Públicas e serem apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

## **10 - DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**10.1** - Os documentos deverão ser acondicionados em envelopes identificados conforme a seguir:

**10.1.1** - O envelope Nº 1 será fornecido pela Contratante, mediante recibo identificado, e a pedido da Participante.

**10.1.2** - Os ENVELOPES Nº 2, 3, 4 e 5 serão providenciados pela PARTICIPANTE e poderão ser constituídos por embalagem(ns) adequada(s) às características de seu conteúdo, desde que inviolável(is) quanto às informações de que tratam, até a sua abertura.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**10.1.3** - A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme as orientações para a elaboração descritas no Anexo II do Edital.

**DO ENVELOPE Nº 1**

**10.2** - O ENVELOPE Nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no *briefing*, e ser composto, conforme determina o art. 7º da Lei 12.232/2010, de:

I. raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Contratante, 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 pela Contratante;

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 *briefing*, 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.

**10.3** - Somente será aceita pela Comissão de Contratação a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária no ENVELOPE Nº 1, o qual será fornecido pela Contratante.

**10.4** - O ENVELOPE Nº 1 será padronizado e fornecido previamente pelo Contratante sem nenhum tipo de identificação na parte externa, para preservar, até a abertura do ENVELOPE Nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

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

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**DO ENVELOPE Nº 2**

**10.6** - O ENVELOPE Nº 2 (Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária) terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa, nos termos do artigo 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

**10.7** - O ENVELOPE Nº 2 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

**ENVELOPE Nº 2**

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA  
(RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA DE  
MÍDIA E NÃO MÍDIA)

NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE \_\_\_\_\_

CONCORRÊNCIA Nº 00001/2025.

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

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

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

**ENVELOPE Nº 3**

**10.10** - O ENVELOPE Nº 3 deverá conter os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e ao Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, devendo os documentos nele acondicionados terem a identificação da PARTICIPANTE, bem como serem assinados na última página e rubricados nas demais.

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

**10.11** - O ENVELOPE Nº 3 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 3 PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE CONCORRÊNCIA Nº 00001/25.
---

**10.12** - O ENVELOPE Nº 3 e os documentos nele contidos não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - ENVELOPE Nº 1 - e que permita a identificação da autoria deste, antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

**DO ENVELOPE Nº 4**

**10.13** - A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no ENVELOPE Nº 4.

**10.13.1** - A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação da AGÊNCIA, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da AGÊNCIA devidamente credenciado, elaborada nos termos da minuta constante do Anexo IV.

**10.13.2** - Os critérios de apresentação e julgamento da Proposta de Preços encontram-se no Anexo III.

**10.13.2.1** - A proposta de preço deverá, sob pena de desclassificação, conter declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.

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

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

**10.14** - O ENVELOPE Nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, ser identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 4 PROPOSTA DE PREÇOS NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE CONCORRÊNCIA Nº 00001/25.
---

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**DO ENVELOPE Nº 5**

**10.15** - O ENVELOPE Nº 5, não transparente, devidamente lacrado e rubricado no fecho, deverá acondicionar os documentos de HABILITAÇÃO da LICITANTE, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010.

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

**10.16** - O ENVELOPE Nº 5 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 5 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE CONCORRÊNCIA Nº 00001/2025.
--

**10.17** - O ENVELOPE Nº 5 deverá ser apresentado pelas PARTICIPANTES, após a publicação do resultado do julgamento final das Propostas, em sessão pública específica, cujo local e data serão previamente divulgados na imprensa Oficial, devendo conter os documentos de Habilitação que estão relacionados no Item 12 deste Edital.

**10.18** - A documentação exigida para a habilitação, descrita no Item 12, deverá ser apresentada em 01 (uma) via preferencialmente encadernada, de forma a não conter folhas soltas, em original, ou cópia da frente e do verso; publicação em órgão da imprensa oficial ou, ainda, por cópias simples, desde que acompanhadas dos respectivos originais para serem conferidos e autenticados pela Comissão de Contratação, preferencialmente, até 48 (quarenta e oito) horas antes da data de abertura da sessão e deverão ter todas as suas páginas, preferencialmente, numeradas em ordem crescente e rubricadas pelo representante legal do licitante.

**10.18.1** - A prova de autenticidade de cópia de documento público ou particular poderá ser feita perante agente da Administração, mediante apresentação de original ou de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal;

**10.18.2** - O reconhecimento de firma somente será exigido quando houver dúvida de autenticidade, salvo imposição legal;

**11 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**11.1** - Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético “Desafios Municipais e a Importância da Arrecadação: IPTU e TCR 2025 em Bayeux”, conforme Briefing em anexo.

**11.2 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**11.2.1** As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital por Subcomissão Técnica especificamente designada para este fim, conforme normativas da legislação em vigor, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

**11.2.2** - Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica conforme itens a seguir, tendo cada quesito ou subquesito objetos específicos para análise.

**11.3 - ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:**

**11.3.1** - Raciocínio Básico – serão analisados a acuidade de compreensão e análise: a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade; b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura conforme discorre o Briefing anexo a este edital; c) das necessidades de comunicação institucional da Prefeitura para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme Briefing anexo a este edital.

**11.3.2** Estratégia de Comunicação Publicitária – serão observadas nas propostas das licitantes:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura e os seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme o Briefing anexo a este edital;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura, conforme o Briefing em anexo;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional da Prefeitura e os seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo;
- g) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilização em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- h) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.

**11.3.3 - Ideia Criativa** – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura conforme o Briefing em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a unidade entre as peças que compõem a campanha;
- g) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h) sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- i) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- j) a exequibilidade das peças e/ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;
- k) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos substratos midiáticos e aos públicos propostos.
- l) o manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

**11.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no briefing e seus desdobramentos de target;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura;
- e) a proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;
- f) a economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
- g) a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
- h) a existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.

**11.3.5 - Capacidade de Atendimento** – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) A consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Prefeitura;
- b) a formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- c) a adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Prefeitura;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- 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 da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da licitante;
- g) a existência de equipe dedicada/exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

**11.3.6 - Repertório – serão observadas nas propostas das licitantes:**

- a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura.

**11.3.7 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – serão observadas nas propostas das licitantes:**

- a) a evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do briefing proposto pelo cliente;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados;
- d) a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

**11.4 - DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**11.4.1 -** A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

**11.4.2 - Raciocínio Básico:** máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

- a) Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação de utilidade pública da Prefeitura. – até 1,0 (um) ponto
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura em todas as áreas contempladas pelo edital. - até 2,0 (dois) pontos
- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, quanto no âmbito da linha de atuação em questão. - até 3,0 (três) pontos
- d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação. - até 4,0 (quatro) pontos

**11.4.3 - Estratégia de Comunicação:** máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucional da Prefeitura e a(os) seus (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação; - até 5,0 (cinco) pontos
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Prefeitura com seus públicos; - até 5,0 (cinco) pontos

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

c) Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta; - até 6,0 (seis) pontos

d) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba; - até 4,0 (quatro) pontos

**11.4.4 - Ideia Criativa:** máximo de 21 (vinte e um) pontos, da seguinte forma:

a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em briefing: - até 6,0 (seis) pontos

b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados. - até 4,0 (quatro) pontos

c) Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas. - até 7,0 (sete) pontos

**11.4.5 - Estratégia de Mídia e Não Mídia:** máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

a) Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio demográficos). - até 3,0 (três) pontos

b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados; - até 3,0 (três) pontos

c) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis. - até 4,0 (quatro) pontos

**11.4.6 - Capacidade de Atendimento:** máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura. - até 4,0 (quatro) pontos

b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura na escolha de soluções alternativas. - até 6,0 (seis) pontos

c) A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição. - até 5,0 (cinco) pontos

**11.4.7 - Repertório:** máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa; - até 4,0 (quatro) pontos

b) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas; - até 2,0 (dois) pontos

c) Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público. - até 4,0 (quatro) pontos

**11.4.8 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:** máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) A evidência de planejamento publicitário; - até 2 (dois) pontos

b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta; - até 2 (dois) pontos

c) A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios; - até 3 (três) pontos

d) A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso. - até 3 (três) pontos.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**11.5 - DA ESCALA DE AVALIAÇÃO**

**11.5.1** - Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

**11.5.2** - A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

**11.5.3** - Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com escala aqui proposta referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

- 1 Não abordado ou Erroneamente abordado - **0% da nota máxima**
- 2 Insuficientemente abordado - **30% da nota máxima**
- 3 Parcialmente abordado - **50% da nota máxima**
- 4 Satisfatoriamente abordado - **70% da nota máxima**
- 5 Totalmente abordado - **100% da nota máxima**

**11.5.4** - Para efeito de avaliação do item do conteúdo de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referência os seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

**Não abordado ou Erroneamente abordado** - Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.

**Insuficientemente abordado** - Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.

**Parcialmente abordado** - Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

**Satisfatoriamente abordado** - Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica.

**Totalmente abordado** - Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

**11.5.5** - A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

**11.5.6** - 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 atribuída a cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

**11.5.7** - 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 desta licitação.

**11.6 - DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**11.6.1** Será desclassificada a Proposta que:

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- a) não atender às exigências do edital, do termo de referência e de seus anexos;
- b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

**11.7 DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA**

**11.7.1** - As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos para classificação.

**11.8 DO EMPATE**

**11.8.1** - Se houver empate, após a análise da proposta técnica e de preços, a Comissão de Contratação observará os termos do artigo 60 da Lei Nº 14.133/2021;

**12 – EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO**

**12.1** - Para se habilitar, as PARTICIPANTES cujas Propostas Técnicas tiverem sido classificadas deverão apresentar a Documentação na forma prevista neste Anexo, acondicionada no ENVELOPE Nº 5;

**12.1.1** - Documentos relativos à **HABILITAÇÃO JURÍDICA**

- a) cédula de identidade;
- b) registro comercial, no caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- d) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

**12.1.2** - Documentos relativos à **HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA**

- a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- d) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- e) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;
- f) o cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

**12.1.2.1** - Quando nas certidões não constar o prazo de validade, essas deverão ter datas de expedição inferior a 90 (noventa) dias, da data de apresentação da proposta.

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

**12.2.2.3** - Em se tratando de filial, os documentos de habilitação jurídica e regularidade fiscal deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza, são emitidos somente em nome da matriz.

**12.2.2.4** - Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

**12.1.3** - Documentos relativos à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** 11.1.3.1 Comprovação de registro ou inscrição da licitante em qualquer uma das seguintes entidades:

- a) Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, através do Certificado de Qualificação Técnica, emitido em nome da empresa licitante;
- b) entidade equivalente à entidade prevista no item anterior, LEGALMENTE reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do §1º do art. 4º da Lei 12.232/2010.

i. No caso de certificado de entidade equivalente, o licitante deverá apresentar a Lei que reconheceu a entidade como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**12.1.3.2** - Atestado(s) de capacidade técnica: apresentar atestado(s) original(is) fornecido(s) por clientes (empresa pública ou privada), que comprovem o desempenho de atividade pertinente e compatível em características com o objeto desta licitação, em conformidade com o §3º do art. 67 da Lei 14.133/21.

**12.1.4** - Documentos relativos à **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

**12.1.4.1** - Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

**12.1.4.2** - Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação:

a) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

c) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

**12.1.4.3** - As empresas criadas no exercício financeiro da licitação, que ainda não tenham balanço de final de exercício, deverão apresentar balanço de abertura ou Demonstrações Contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, obedecidos os aspectos legais e formais de sua elaboração, devidamente registrado na Junta Comercial.

**12.1.4.4** - Os documentos referidos no item 12.1.4.2 limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

**12.1.4.5** - A comprovação da boa situação financeira da empresa licitante será demonstrada pela obtenção de Índices de Liquidez Geral (LG) igual ou superior a 1,00; Liquidez Corrente (LC) igual ou superior a 1,00, e Solvência Geral igual ou superior a 1,00, extraídos do balanço patrimonial apresentado, calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número do registro no Conselho Regional de Contabilidade, através das seguintes fórmulas:

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

ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a longo prazo}}$$

**Justificativa para abordagem dos índices de liquidez:** Os índices de liquidez são medidas de avaliação e acompanhamento da capacidade econômico financeira de uma empresa, buscando a satisfação dos compromissos firmados por ela junto a terceiros. Esta avaliação é feita por meio de um comparativo direto entre os direitos – leia-se disponibilidades de caixa e créditos realizáveis, ante suas obrigações no que tange desde o pagamento de fornecedores e de salários aos funcionários, passando pelo recolhimento dos impostos e encargos sociais oriundos da atividade corrente do negócio, até a distribuição de dividendos aos seus sócios ou acionistas. Justifica-se a abordagem destes índices neste edital à luz da legislação contábil vigente no Brasil, bem como as melhores práticas gestão administrativa. Pois são observados alguns aspectos financeiros, a saber:

**I. Índice de Liquidez Geral (LG):** Este índice é utilizado para uma avaliação da capacidade de pagamento e cumprimento de obrigações, observando-se um horizonte compreendido entre o curto e longo prazo, através dos recursos não caracterizados como ativos permanentes. Leia-se: Curto Prazo como sendo o período compreendido dentro do exercício fiscal em curso; Longo Prazo como sendo o período que transcende o exercício fiscal corrente. Sendo assim, pode-se estabelecer que na Liquidez Geral (LG) o fator  $\_1$  é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem bens e direitos no ativo circulante e realizável a longo prazo que corresponde a 01 (uma) vez o valor de suas dívidas e obrigações, podendo saldá-las sem que seja preciso recorrer aos bens do Ativo Permanente ou ainda sem que seja necessária a alienação de bens de uso na sua atividade.

**II. Índice de Liquidez Corrente (LC):** Sendo um dos índices mais amplamente utilizados na avaliação e análise de balanços, pode-se dizer que este pode indicar a saúde financeira de uma empresa, pois indica quanto esta poderá dispor em recursos de curto prazo, a exemplo do caixa e aplicações financeiras e ainda os recebíveis de terceiros, utilizando-os para honrar os compromissos também de curto prazo, a exemplo de fornecedores, empréstimos e financiamentos de curto prazo, salários entre outros configurados como sendo Passivo Circulante. Sendo assim, pode-se estabelecer que na Liquidez Corrente (LC) o fator  $\_1$  é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem bens e direitos no ativo circulante que corresponde a 01 (uma) vez o valor de suas dívidas e obrigações, podendo saldá-las sem que seja preciso recorrer aos bens do Ativo Permanente, a capital de terceiros ou ainda sem que seja necessária a alienação de bens de uso na sua atividade.

**III. Índice de Solvência Geral (SG):** Este índice é utilizado para uma avaliação da capacidade de pagamento e cumprimento de obrigações, observando-se um horizonte compreendido entre o curto, médio e longo prazos, considerando, também, os recursos caracterizados como ativos permanentes, ou seja, a totalidade dos ativos de uma empresa que poderão ser utilizados para honrar os compromissos de curto, médio e longo prazo. Sendo assim, pode-se estabelecer que na Solvência Geral (SG) o fator  $\_1$  é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem ativos que correspondem a 01 (uma) vez o valor de suas obrigações exigíveis no decorrer de sua operação.

Portanto, à luz da Lei nº 14.133/21, podemos justificar a presença destes índices neste Edital buscando a proposta que melhor atenda as expectativas da CONTRATANTE.

**12.1.5 - Outras Declarações**

**12.1.5.1 - Declaração da licitante de que tratará da questão dos Direitos Autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, conforme ANEXO X.**

**12.1.5.2 - Minuta de Inexistência de Fato Superveniente- ANEXO VII**

**12.1.5.3 - Minuta de Inexistência de Menor Trabalhador - ANEXO VIII**

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**12.1.5.4** - Declaração Especial, conforme ANEXO IX.

**13 - DA PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

**13.1** – A empresa que pretender se utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 a 45 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, deverão apresentar, no envelope de habilitação, além dos documentos previstos no item 11.0 deste edital e atendam o que segue:

**13.1.1** – As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

**13.1.2** – Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado, as mesmas, 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.

**13.2** – A não regularização da documentação, no prazo previsto no item 13.1.2, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 156 da Lei nº 14.133/21, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

**13.3** – Serão desclassificadas as propostas com preços excessivos ou que, após a análise da Comissão de Licitação, contiverem preços manifestadamente inexequíveis. Neste caso, antes da desclassificação, a Comissão de Licitação, marcará por escrito, o prazo de 02 (dois) dias corridos para que a empresa prove, por escrito, a compatibilidade dos preços com os praticados no mercado. Se a justificativa não for aceita, efetivar-se-á a desclassificação.

**13.4** – Nas licitações será assegurado o critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, que atenderem os itens 13.1 a 13.3, bem como as condições contidas desse Edital.

**14 - PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

**14.1** - O presente certame será conduzido de acordo com os procedimentos estabelecidos neste Edital e na legislação em vigor.

**14.2** - A participação de representante de qualquer LICITANTE dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item Credenciamento.

**14.3** - Serão realizadas quatro sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

**14.4** - De todas as sessões públicas, será lavrada ata circunstanciada, a ser assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas e pelos representantes das PARTICIPANTES presentes.

**14.4.1** - Havendo acordo, e mediante lavratura em ata, os representantes das PARTICIPANTES presentes poderão nomear apenas alguns entre eles para rubricar as Propostas e os Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

**14.5** - Poderão ser admitidas, a critério da Comissão de Contratação, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e Documentos de Habilitação, e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

**14.6** - A Comissão de Contratação poderá, em qualquer fase do processo, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**14.7** - Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

**14.8** - A Comissão de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicadas.

**14.8.1** - Salvo disposição expressa em contrário, ocorrendo decretação de feriado ou qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, todas as datas constantes deste edital serão transferidas, automaticamente, para o primeiro dia útil de expediente normal na Contratante.

**14.9** - À exceção da Proposta Técnica, que será analisada e julgada por uma Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a este processo licitatório serão de responsabilidade da Comissão de Contratação, a qual será responsável pela condução das sessões públicas e pela composição do processo até o seu encerramento.

**14.10** - Os ENVELOPES das PARTICIPANTES desclassificadas ou inabilitadas que não puderem ser devolvidos nas sessões públicas ficarão à disposição das interessadas pelo prazo de 60 (sessenta) dias contados da publicação no Diário Oficial do Estado da Paraíba – DOE do julgamento final desta Concorrência, após o que serão destruídos.

**DA PRIMEIRA SESSÃO**

**14.11** - Dado início aos trabalhos na sessão pública de recebimento dos ENVELOPES PROPOSTA e MELHOR TÉCNICA (ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4), a Comissão de Contratação identificará os representantes das PARTICIPANTES, por meio do documento de procuração - Anexo VI deste Edital e de acordo com o disposto no item 9–Da Representação e do Credenciamento.

**14.12** - Em seguida serão recebidos os ENVELOPES nº 1, 2, 3 e 4, ocasião em que a Comissão de Licitações e Contratações Públicas fará o exame da conformidade dos INVÓLUCROS com os critérios especificados neste edital para sua apresentação. Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

**14.13** - Após o encerramento do prazo para recebimento dos ENVELOPES, que será declarado pela de Comissão de Licitações e Contratações na sessão pública, nenhum outro ENVELOPE, documento ou embalagem será recebido.

**14.14** - A Comissão de Licitações e Contratações Públicas e as PARTICIPANTES ou os representantes nomeados, de acordo com o item 14.4.1, rubricarão no fecho, os ENVELOPES Nº 2 e 4, que permanecerão fechados, sob a sua guarda e responsabilidade.

**14.15** - Concluída essa etapa, serão apresentados os documentos do ENVELOPE Nº 1 contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e do ENVELOPE nº 3, contendo os documentos referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação.

**14.16** - A Comissão de Licitações e Contratações Públicas colocará os documentos contidos nos ENVELOPES Nº 1 e 3 para exame, devendo estes serem rubricados por todos os presentes, ou por representantes eleitos por eles, de acordo com o item 14.4.1.

**14.17** - Antes do procedimento previsto no item anterior, a Comissão de Licitações e Contratações Públicas adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das PARTICIPANTES possam, ainda que acidentalmente, identificar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

**14.18** - Se, ao examinar os conteúdos dos ENVELOPES Nº 1 e Nº 3, a Comissão de Licitações e Contratações Públicas e/ou os representantes das PARTICIPANTES constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitações e

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

Contratações Públicas desclassificará a PARTICIPANTE e ficará de posse de todos os seus ENVELOPES até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**14.19** - A Comissão de Licitações e Contratações Públicas não lançará nenhum código, sinal ou marca nos ENVELOPES padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas no subitem 14.16 acima.

**14.20** - A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão, e o prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação.

**14.21** - Não tendo sido interposto recurso ou tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação encaminhará os ENVELOPES nº 1 para análise individualizada e julgamento, em sessão privada, da Subcomissão Técnica.

**14.22** - Os documentos dos ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4 serão guardados em caixas lacradas distintas. Os lacres serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelas PARTICIPANTES ou pelos representantes nomeados de acordo com o item 14.4.1.

**13.23** - As caixas serão mantidas pela Comissão de Licitações e Contratações Públicas em local seguro.

**14.24** - Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do ENVELOPE nº 1, a Subcomissão Técnica entregará à Comissão de Licitações e Contratações Públicas, os seguintes documentos:

- a) Planilha contendo as pontuações de cada PARTICIPANTE relativa aos quesitos analisados;
- b) Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;
- c) Ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da Comissão Técnica;
- d) As vias apócrifas dos Planos de Comunicação Publicitária, com a indicação da pontuação final de cada um deles.

**14.25** - Após a entrega dos documentos relativos ao julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a apresentação da pontuação, a Comissão de Contratação encaminhará à Subcomissão Técnica as caixas lacradas contendo os documentos constantes dos ENVELOPES Nº 3 para análise.

**14.26** - Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do ENVELOPE nº 3, a Subcomissão Técnica entregará à Comissão de Licitações e Contratações Públicas os seguintes documentos:

- a) Planilha contendo a pontuação final de cada PARTICIPANTE relativa aos quesitos analisados;
- b) As justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;
- c) Ata de julgamento das propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação assinada por todos os membros da Comissão Técnica;
- d) Todas as propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções das PARTICIPANTES.

**14.27** - Será atribuída pontuação à proposta técnica desclassificada por descumprir o edital, exceto no tocante às condutas vedadas nos itens 14.27.1 e 14.27.2, cuja planilha ficará acondicionada em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica até que se expire o prazo para recurso:

**14.27.1** - será vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

**14.27.2** - será vedada a aposição no invólucro referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do plano de comunicação publicitária, em momento anterior à abertura do invólucro que contém sua via identificada.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**14.28** - As planilhas a que se referem as alíneas “a” dos itens 14.24 e 14.26 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da Comissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada PARTICIPANTE.

**DA SEGUNDA SESSÃO**

**14.29** - Após a análise e pontuação das Propostas Técnicas (ENVELOPES Nº 1 e Nº 3) as PARTICIPANTES serão convocadas a comparecer a nova sessão pública para a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas com os seguintes procedimentos:

**14.29.1** - Abertura do ENVELOPE Nº 2 - via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

**14.29.2** - Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

**14.29.3** - Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica.

**14.30** - Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

**14.30.1** - A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão, e o prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação das razões recursais será iniciado da data da publicação, conforme §1º do art. 165 da Lei nº 14.133/21 c/c inciso VIII do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

**14.31** - A Comissão de Contratação providenciará a 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 do recurso, conforme inciso VIII do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

**DA TERCEIRA SESSÃO**

**14.32** - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações e Contratações Públicas convocará as PARTICIPANTES para participar da terceira sessão pública para a abertura dos ENVELOPES Nº 4 - Proposta de Preços.

**14.33** - Será conferido o(s) lacre(s) da(s) caixa(s) contendo o ENVELOPE Nº 4 antes de sua abertura.

**14.34** - Após abertos os ENVELOPES Nº 4, as Propostas de Preço neles contidas serão rubricadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes previamente credenciados das PARTICIPANTES presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o item 14.4.1.

**14.34.1** - O Invólucro “4” conterá a Planilha de Preços sujeitos a valoração, a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo IV.

**14.35** - Examinado o cumprimento das exigências fixadas neste Edital para a elaboração da Proposta de Preço, será procedido o seu julgamento e identificação das propostas de preços, conforme determina o inciso IX do §4º do art. 11 da Lei 12.232/2010:

**14.35.1** - uma vez classificadas as propostas técnicas, proceder-se-á à abertura das propostas de preço dos licitantes que tenham atingido a valorização mínima estabelecida no instrumento convocatório e analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**14.35.2** - identificar a Nota de Proposta de Preço (NPP) de cada licitante, conforme disposto neste Edital;  
**14.35.3** - identificar a Pontuação Final (PF) de cada licitante;  
**14.35.4** - informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3(três) dias úteis para interposição de recurso, conforme art. 165 da Lei nº 14.133/21.

**14.36** - Será declarada vencedora do julgamento final a licitante que tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do item 14.36.1 deste Edital. Havendo empate, serão utilizados os critérios previstos no art. 60 da Lei nº 14.133/21.

**14.36.1** - No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Contratação adotará os seguintes procedimentos:

- a) identificação da Nota da Proposta Técnica (NPT) de cada licitante;
- b) identificação da Nota da Proposta de Preços (NPP) de cada licitante;
- c) identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante.

**14.36.2.** - Estabelecendo-se o peso 7 (sete) nas notas da proposta técnica e o peso 3 (três) nas notas da proposta de preço, a pontuação final de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula:

**PF (Pontuação Final) = (NPT - nota da proposta técnica X 0,7) + (NPP - nota da proposta de preço X 0,3).**

**14.37** - A Comissão de Licitações e Contratações Públicas publicará o resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme art. 165 da Lei nº 14.133/21.

#### **DA QUARTA SESSÃO**

**14.38** - Não havendo interposição de recurso ou sendo julgados os recursos interpostos e publicado o resultado, as AGÊNCIAS cujas propostas tenham sido classificadas serão convocadas para a apresentação do ENVELOPE Nº 5 - HABILITAÇÃO.

**14.39** - O ENVELOPE Nº 5 - HABILITAÇÃO das empresas classificadas será recebido em Sessão Pública, para abertura e análise da conformidade de seu conteúdo com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste Edital.

**14.40** - Após identificado o representante da PARTICIPANTE, será recebido e aberto o ENVELOPE Nº 5, os Documentos de Habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes previamente credenciados das PARTICIPANTES presentes ou por aqueles nomeados.

**14.41** - A Comissão de Licitações e Contratações Públicas poderá, ou não, analisar a conformidade dos documentos com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório, na própria Sessão.

**14.42** - Da data em que for emitida a decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes, será aberto o prazo para interposição de recurso, nos termos art. 165 da Lei nº 14.133/21.

#### **15 – DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO**

**15.1** - Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

**15.2** - Será vencedora desta licitação a licitante que:

- a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 14.33; e
- b) tenha sido habilitada, observadas as disposições constantes no Edital.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**15.3** - Habilitada a PARTICIPANTE, o procedimento será homologado e o objeto será adjudicado à AGÊNCIA melhor classificada.

**15.4** - Para a celebração do contrato, o LICITANTE adjudicatário será convocado e deverá entregar à Contratante, no prazo de 05 (cinco) dias:

a) os documentos a que se referem o item 11, deste Instrumento Convocatório;

b) certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede do LICITANTE, com data posterior à homologação.

**15.4.1** - Caso os documentos não atendam às condições do Edital, será dado à LICITANTE o prazo de 05 dias para tomar as providências adequadas.

**15.4.2** - A não-apresentação da documentação mencionada, a sua apresentação irregular, ou ainda, o não comparecimento do LICITANTE adjudicatário, importará na decadência do direito de contratar sem prejuízo das sanções previstas nos art. 156 da Lei nº 14.133/21 e neste Edital.

**15.5** - A PARTICIPANTE vencedora terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o contrato. Este prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela PARTICIPANTE VENCEDORA durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado, aceito pela Contratante.

**15.6** - No ato da contratação, a PARTICIPANTE VENCEDORA deverá apresentar documento de procuração devidamente reconhecido em cartório, que habilite o seu representante a assinar o contrato em nome da empresa.

**15.7** - A assinatura do contrato estará condicionada à regularidade de situação da PARTICIPANTE VENCEDORA.

**15.8** - A recusa injustificada da PARTICIPANTE VENCEDORA em assinar o contrato dentro do prazo ora estabelecido caracterizará o descumprimento total das obrigações assumidas, reservando-se à Contratante o direito de, independentemente de qualquer aviso ou notificação, realizar nova licitação ou convocar os PARTICIPANTES remanescentes, respeitada a ordem de classificação, prevalecendo, neste caso, as mesmas condições da proposta do primeiro classificado.

**15.9** - As PARTICIPANTES remanescentes convocadas na forma do item anterior, que não concordarem em assinar o contrato, não estarão sujeitos às penalidades acima mencionadas.

## **16 – DO CONTRATO E DA SUA EXECUÇÃO**

**16.1** - Convocada, a licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis para assinar o Contrato;

**16.2** - À licitante vencedora que, convocada no prazo de validade de sua proposta a assinar o termo de Contrato, vir a desistir de assinar o mesmo, ser-lhe-ão atribuídas as penalidades previstas em Lei e neste Edital, respeitado o direito de recurso;

**16.3** - A futura Contratada deverá manter, durante toda a execução do Contrato, compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, respeitadas todas as condições de habilitação e qualificação aqui exigidas;

**16.4** - A futura Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, até os limites fixados em Lei;

**16.5** - O Contrato decorrente desta Licitação terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado conforme art.107 da Lei nº 14.133/21;

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

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**16.6** - Todo serviço a ser prestado pela futura Contratada deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos o qual, aprovado pela Prefeitura, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços;

**16.7** - O valor dos serviços será orçado pela futura Contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação da Prefeitura, que decidirá quanto à sua aprovação;

**16.8** - Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores;

**16.9** - Os serviços serão executados pela futura Contratada, com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares, se necessários ao cumprimento do objeto licitado, e desde que previamente submetido à anuência da Contratante; nessa hipótese, a futura Contratada será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, Contratada, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;

**16.10** - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Contratante poderão fornecer ao Contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, conforme determina o art. 14 da Lei nº 12.232/2010;

**16.11** - Os custos e as despesas de veiculação apresentados à 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;

**16.11.1** - Pertencem à 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.

**16.12** - 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;

**16.12.1** - As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

**16.13** - Todas as peças criadas, produzidas, e veiculadas, exibidas, distribuídas, divulgadas ou expostas, oriundas do Contrato e efetuadas em decorrência do mesmo, realizadas pela futura Contratada, serão de propriedade da Prefeitura, devendo ser entregues cópias das mesmas, mensalmente, à Assessoria de Comunicação, e os licitantes já deverão computar em seus preços propostos estes valores, uma vez que não poderão utilizar os mesmos, sem prévia autorização por escrito da Prefeitura;

**16.13.1** - Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços ficarão sob a guarda da Contratada, mas disponíveis a qualquer tempo à Prefeitura, que poderá, a seu critério, requisitar novas cópias dos originais, para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

**16.14** - A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da Prefeitura, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

## **17 – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**17.1** - O licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pela prática de qualquer das infrações previstas no art. 155 da Lei nº 14.133/21;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**17.2** - A Contratada que cometer qualquer das infrações ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

**17.2.1** – Advertência;

**17.2.2** – Multa moratória de até 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;

**17.2.2.1** – As penalidades de multa decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si.

**17.2.3** – Multa compensatória de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;

**17.2.3.1** – Em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;

**17.2.4** - Impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até TRÊS anos;

**17.2.5** - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

**17.3** - A aplicação de multa não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.

**17.4** - A sanção de advertência será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no inciso I do caput do art. 155 da Lei nº 14.133/21, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

**17.5** - As sanções previstas nos incisos I, III e IV do caput do art. 156 da Lei nº 14.133/21 poderão ser aplicadas cumulativamente com a prevista no inciso II do caput do supracitado artigo.

**17.6** - A sanção impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do art. 155 da Lei nº 14.133/21, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

**17.7** - A sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do caput do art. 155 da Lei nº 14.133/21, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do supracitado artigo que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no § 4º do art. 156 da Lei nº 14.133/21, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

**17.8** - A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133/21, e subsidiariamente na Lei nº 9.784/99.

**17.9** - Em se tratando de inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia (seja para reforço ou por ocasião de prorrogação), em caso de atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias, autorizará a Administração contratante a promover a rescisão do contrato;

**17.10** - A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a natureza e a gravidade da infração cometida; as peculiaridades do caso concreto; as circunstâncias agravantes ou atenuantes; os danos que dela provierem para a Administração Pública; e a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

**17.10.1** - A Administração Pública deverá observar o disposto nos arts. 155 e ss da Lei nº 14.133/21 sobre infrações e sanções administrativas.

## **18 - DA GARANTIA DA CONTRATAÇÃO**

**18.1** - A CONTRATADA entregará ao PARTICIPANTE comprovante de garantia, na modalidade caução em dinheiro e/ou em títulos da dívida pública e/ou fiança bancária e/ou seguro-garantia e/outítulo de capitalização

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total., no valor de 5% (cinco por cento) do valor do Contrato, como forma de garantir a perfeita execução do seu objeto.

**18.1.1** - O comprovante de garantia deverá ser entregue, no endereço da Contratante, no momento da assinatura do contrato.

**18.1.2** - Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

**18.1.3** - Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua rescisão.

**18.2** - A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando a CONTRATANTE autorizada a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

**18.3** - Utilizada a garantia, a CONTRATADA obriga-se a integralizá-la no prazo de 10 (dez) dias contados da data em que for notificada formalmente pelo CONTRATANTE.

**18.4** - A garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações da CONTRATADA eventualmente inadimplidas na vigência deste Contrato e da garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da garantia.

**18.5** - Em caso de fiança bancária, o instrumento deve:

- a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpeleção judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

**18.6** - No caso de seguro-garantia, a apólice deverá indicar:

- a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
- b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

**18.7** - Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

**18.8** - A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**18.9** - Em caso de atualização do valor contratual estimado, o CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido neste edital, podendo admitir que seja oferecida nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades ora previstas.

**18.10** - Na hipótese de prorrogação do contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/21.

**18.11** - O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

**18.12** - A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 17.1 deste edital.

**18.13** - Aceita pela CONTRATANTE, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

## **19 – DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

**19.1** - Obrigações da Contratada:

**19.1.1** - Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

**19.1.2** - Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante;

**19.1.3** - Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelo fiscal do contrato.

**19.1.4** - Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à Contratante, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, cuja negociação deverá ter a presença obrigatória de membro da Administração Pública;

**19.1.5** - Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a Contratada deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

**19.1.6** - Obter a aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

**19.1.7** - Submeter a subcontratação de terceiros somente para a execução de serviços objeto do Contrato à prévia e expressa anuência da Contratante. Nesses casos, a Contratada permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante a Contratante. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada, ou seus funcionários, tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.

**19.1.8** - Entregar à Contratante, mensalmente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

**19.1.9** - Entregar à Contratante a comprovação do desempenho satisfatório da veiculação da publicidade nos meios de divulgação escolhidos, para fins de pagamento, consistente em uma prestação de contas quanto à veiculação da peça publicitária por ela concebida/criada/planejada, instruída com necessário relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, salvo impossibilidade devidamente justificada.

**19.1.10** - Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria Contratada ou por terceiros por ela contratada.

**19.1.11** - Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

**19.1.12** - Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**19.1.13** - Submeter previamente à Contratante a eventual caução ou utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.

**19.1.14** - Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, bem como exigir prova da regularidade fiscal e trabalhista, em especial a prova da regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente das empresas subcontratadas para prestar serviços especializados e dos veículos de comunicação escolhidos;

**19.1.15** - Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

**19.1.17** - Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

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

**19.1.19** - Apresentar, quando solicitado pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

**19.1.20** - Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria Contratante. Em casos de contratação de terceiros, nos estreitos limites de permissão do Edital da licitação que originou o Contrato, para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do contrato.

**19.1.21** - Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da Contratante. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a Contratada às penas legais e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

**19.1.22** - Responder perante a Contratante e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

**19.1.23** - Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Contratante.

**19.1.24** - Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a Contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar a Contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a Contratante as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

**19.1.25** - Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

**19.1.26** - Emitir nota fiscal com a escorreita descrição dos serviços, permitindo perfeita identificação dos mesmos, bem como o preço unitário do serviço.

**19.1.27** - Aceitar nas mesmas condições contratuais, possíveis acréscimos ou supressões dos fornecimentos, nos termos do artigo 125 da Lei nº 14.133/1993.

**19.1.28** - Obrigar-se a adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

**19.2** - Caberá à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb:

**19.2.1** - Proceder ao pagamento do contrato pelos serviços prestados, na forma e nos prazos pactuados, conforme previsto na Minuta do Contrato e consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- 19.2.2** - Aprovar, antes da produção, a amostra dos materiais apresentados pela Contratada;
- 19.2.3** - Nomear gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta licitação e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, os quais terão poderes, dentre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção;
- 19.2.4** - Avaliar o nível dos serviços prestados sob os aspectos quantitativo e qualitativo durante o prazo do contrato;
- 19.2.5** - Rejeitar, no todo ou em parte, o material produzido fora dos padrões de qualidade exigidos pelo Contratante e que esteja em desacordo com as especificações constantes neste edital;
- 19.2.6** - Efetuar as retenções e recolhimentos dos tributos e contribuições devidas sobre o valor da fatura fornecida pela Contratada, na forma da legislação vigente;
- 19.2.7** - Proporcionar todas as condições necessárias ao bom andamento da prestação dos serviços contratados;
- 19.2.8** - Notificar, por escrito, à Contratada, sobre ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a devida correção;
- 19.2.9** - Os valores não processados na fatura relativa ao mês da ocorrência deverão ser processados na próxima fatura emitida pela contratada.
- 19.2.10** - Promover o acompanhamento e a fiscalização dos serviços contratados, sob os aspectos quantitativo e qualitativo, anotando em registro próprio, as falhas detectadas e comunicando à Contratada as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas;
- 19.2.11** - Fornecer à Contratada todas as informações relacionadas com o objeto do Contrato.

## **20 - DISPOSIÇÕES GERAIS**

- 20.1** - Quaisquer solicitações de informações complementares, ou pedidos de esclarecimentos, que se façam necessários à elaboração das propostas, deverão ser formuladas, por escrito, e protocolados em até 03 (três) dias úteis antes da data marcada para abertura da Licitação, ficando desde já entendido que a ausência da resposta não constituirá motivo para alteração das condições e prazos;
- 20.2** - A Prefeitura se reserva o direito de:
- 20.2.1** - Revogar esta Licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta;
- 20.2.2** - Anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, assegurados, em ambos os casos, o contraditório e a ampla defesa; ou
- 20.2.3** - Adiá-la, por sua iniciativa, ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, para modificar este Edital, sem que isso represente, em todos os casos, motivo para que as empresas participantes pleiteiem qualquer tipo de indenização.
- 20.3** - Quando da realização desta licitação, em havendo indícios de conluio entre as licitantes, ou de qualquer outro ato de má-fé, a Comissão de Contratação comunicará os fatos verificados à Assessoria Jurídica do Município para as providências cabíveis junto ao Ministério Público e outros órgãos competentes e pertinentes à matéria;
- 20.4** - As licitantes devem apresentar suas propostas levando em consideração o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e, em especial, ao contido na Lei nº 12.232/2010;
- 20.5** - Ocorrendo a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação, é facultativa a sua aceitação por parte da Contratada, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação prevista no subitem 15.11.1;
- 20.5.1** - A equação econômico-financeira definida nesta licitação e no Contrato dela decorrente não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela;
- 20.5.2** - A Contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**20.5.3** - O desrespeito ao disposto no subitem anterior 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 legais previstas.

**20.6** - 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;

**20.7** - Os serviços, objeto desta licitação poderão ser contratados no todo ou em parte, sempre subordinado à existência de recursos;

**20.8** - A participação nesta licitação implica na aceitação, em todos os termos, do presente Edital;

**20.9** - A Contratada assume exclusiva responsabilidade pelo cumprimento de todas as obrigações decorrentes dos serviços objeto desta Licitação, sejam de natureza trabalhista, previdenciária, civil ou fiscal, inexistindo a solidariedade da Prefeitura, relativamente a esses encargos inclusive os que, eventualmente, advirem de prejuízos causados a terceiros;

**20.10** - Não havendo expediente na Prefeitura na data designada para o recebimento dos envelopes, os mesmos serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e hora;

**20.11** - Na contagem dos prazos estabelecidos nesta licitação, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando explicitamente disposto em contrário, só se iniciando e vencendo os prazos em dia de expediente na Prefeitura;

**20.12** - Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas, tomando-se por base as disposições constantes da Lei nº 12.232/2010, de forma complementar, pela Lei nº 14.133/21, Lei Complementar nº 123/2006, Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966, Decreto nº 4.563/2002, Normas Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), os preceitos do Direito Público e, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições do Direito Privado.

**20.13** - A Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo Contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à licitante vencedora o contraditório e a ampla defesa quando esta:

- a) Venha a ser atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar sigilo profissional;
- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e as quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais e que contrariem as condições estabelecidas pela Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb; e
- e) Na hipótese de ser anulada a adjudicação em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

**20.14** - As reclamações referentes à documentação e às propostas deverão ser feitas no momento de sua abertura, por escrito, quando serão registradas em ata, sendo vedada a qualquer licitante observações ou reclamações posteriores, a este respeito;

**20.15** - É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente proletários, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas previstas na Lei nº 14.133;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**20.16** - Nenhuma indenização será devida às licitantes pela elaboração ou pela apresentação de documentação referente ao presente edital;

**20.17** - A licitação poderá ser revogada, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, nos termos do inciso III do art. 71 da Lei nº 14.133/21, não cabendo às licitantes direito à indenização;

**20.18** - No caso de alteração deste edital no curso do prazo estabelecido para o recebimento dos documentos de habilitação e classificação, este prazo será reaberto, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas;

**20.19** - O licitante fica obrigado aceitar as mesmas condições estipuladas neste Edital, os acréscimos ou suspensões que se fizerem nos totais solicitados, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) conforme art. 125 da Lei nº 14.133/21, se de conveniência da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb;

**20.20** - É facultado à Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas em qualquer fase do processo licitatório, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do Processo vedada à inclusão posterior de documento;

**20.21** As omissões e dúvidas decorrentes do presente processo licitatório serão dirimidas à luz do contido na Lei Federal nº 14.133/21 e suas alterações;

## **21 - FORO**

21.1 - As questões decorrentes da execução deste Edital, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Bayeux-Pb com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

## **22 – ANEXOS**

28.1 - Fazem parte integrante deste Edital, os seguintes Anexos:

- ANEXO I - DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO
- ANEXO II - PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO
- ANEXO III - PROPOSTA DE PREÇOS: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO
- ANEXO IV - MINUTA DE PROPOSTA DE PREÇOS
- ANEXO V - BRIEFING DA CAMPANHA PARA A LICITAÇÃO
- ANEXO VI - MODELO DE CREDENCIAMENTO
- ANEXO VII - MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE
- ANEXO VIII - MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR
- ANEXO IX – MINUTA DA DECLARAÇÃO
- ANEXO X – MINUTA DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS
- ANEXO XI - MINUTA DO CONTRATO ADMINISTRATIVO
- ANEXO XII – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR
- ANEXO XIV- TERMO DE REFERÊNCIA

Bayeux-Pb, 26 de agosto de 2025.

---

**Renata Duarte Ribeiro Martins**  
**Chefe de Gabinete**  
**Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb**



**ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE**

---

**Tiago Bernardino**  
Secretário Municipal De Educação  
Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

**Ivoneide de Araújo Silva**  
Secretária Municipal de Assistência Social e Segurança Alimentar  
Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---



**Soraya Galdino de Araújo Lucena**  
Gestora da Secretaria Municipal de Saúde  
Fundo Municipal de Saúde



ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE

ANEXO I

DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO

1. DEFINIÇÃO DO OBJETO

1.1. CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, PARA ATENDER AS NECESSIDADES DO MUNICÍPIO DE BAYEUX-PB, através de licitação, na modalidade “**concorrência**”, com critério de julgamento “**técnica e preço**”.

1.2 Também fazem parte do objeto do certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.2.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do subitem 1.1.1 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.

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

1.2.4 O planejamento, previstos no subitem 1.2, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.3 É vedado incluir outros serviços não previstos nos itens 1 e 1.2, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

1.3.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.3.2 Os patrocínios publicitários, mencionados no item 1.3.1, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

1.3 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

1.4 A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.5 A AGÊNCIA realizará os serviços internos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores.

1.6 A AGÊNCIA atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE.

1.7 A AGÊNCIA contratada deve manter, à frente dos serviços, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a AGÊNCIA perante o CONTRATANTE.

1.8 A Contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área para atender todas as necessidades solicitadas por parte da CONTRATANTE, de modo a garantir a qualidade e eficácia dos trabalhos desenvolvidos conforme todas as exigências constantes nesse instrumento.



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO II**

**PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO**

1. As PARTICIPANTES deverão comprovar que atendem aos requisitos previstos na Lei 12.232/2010.

1.1 O atendimento aos normativos acima referidos deverão ser comprovados por meio de Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos:

- a) Plano de Comunicação publicitária
- b) Capacidade de Atendimento
- c) Repertório e
- d) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2 - ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

2.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

**Invólucro nº 1**

2.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, cuja formatação geral e específica de seus subcritérios está definida neste anexo.

2.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela ANUNCIANTE, conforme a seguir:

- a) O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no local indicado no Edital;
- b) O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

2.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

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

- a) Ter nenhuma identificação;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante, bem como seu conteúdo deve estar perfeitamente alocado em seu interior.

**Invólucro nº 2**

2.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

2.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante – Concorrência nº 00001/2025.

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

2.1.2.3 O objetivo exclusivo do envelope nº 2 é a posterior identificação, para fins do cômputo geral de notas, das autoras do Invólucro nº 1, sendo seu conteúdo apenas usado como parâmetro de reconhecimento destas propostas.

**Invólucro nº 3**

2.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Nome empresarial e CNPJ da licitante. Concorrência nº 00001/2025.

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

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

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**3 - APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA:**

3.1. As PARTICIPANTES apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no briefing constante do Anexo V deste Edital.

3.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado em 2 (duas) vias – IDENTIFICADA e NÃO IDENTIFICADA – que deverão ser acondicionadas separadamente nos ENVELOPES Nº 1 e Nº 2, conforme estabelecido no edital.

3.3. A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

3.4. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação da licitante, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, e ser datada e assinada na última página e rubricada nas demais, pelo representante legal da PARTICIPANTE.

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

Quesitos - Subquesitos

I. Plano de Comunicação Publicitária

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

II Capacidade de Atendimento

III. Repertório

IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”, sem prejuízos das exceções dispostas nos subitens 3.6.1, 3.6.2 e 3.6.3;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) Sem identificação da licitante.
- k) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

3.6.1 As especificações do subitem 3.6 não se aplicam às peças tangibilizadas de que trata a alínea “b” do subitem 3.7.3.

3.6.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes regras:

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Para os dados e informações dos quadros e ou tabelas recomenda-se edição na fonte “Arial”, preferencialmente, em estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;
- c) Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 3.6.5, o papel A3 será computado como duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas, conforme definido no item 3.6 deste anexo.

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

3.6.3.1 Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

3.6.4 Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 3.6, apesar de integrarem o mesmo envelope.

3.6.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no item 2.1.1.3 e demais exigências deste anexo e do edital.

3.6.4.2 Não é permitido que as peças sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de passpartout ou assemelhados. Quando impressas, deve-se usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>), além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua melhor inserção e manuseio no invólucro padrão sem maiores transtornos à subcomissão técnica.

3.6.5 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 páginas.

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

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

3.6.8 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não havendo necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste projeto básico a que correspondem o quesito nem os textos expressos nesses subitens:

- a) Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 3.6, no que couber.
- b) Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, não contam no cômputo de páginas explicitado no subitem 3.6.5 deste anexo, não devendo ser numeradas quando utilizadas.

3.7 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing anexo a este edital, observadas as seguintes disposições:

3.7.1 **Raciocínio Básico:** composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb e o contexto de atuação e sua população (dados sociodemográficos) no estado e na região. O texto deverá contemplar:

- a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação do briefing introduzindo o trabalho da candidata;
- b) considerações de público alvo da Prefeitura e da campanha em específico tratada no briefing;
- c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência candidata nos itens que virão a seguir deste, incluindo a prioridade com que estas premissas devem ser atendidas nas estratégias subsequentes.

3.7.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária:** Derivado diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, constitui-se de apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema chave proposto no briefing, descartando soluções eventualmente consideradas, inicialmente, na estratégia e justificando seu descarte;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

destacamos:

- I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;
- II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteando os itens que serão corporificados nas peças da relação presente na ideia criativa;
- III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade a campanha;
- IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;
- V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

3.7.3 **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças exemplificadas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior.
- c) Os comentários mencionados na alínea “a” do subitem 3.7.3 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 e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;
- d) Os exemplos de peças e/ou material, de que trata a alínea “b” do subitem 3.7.3, estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e/ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

I. Todos os exemplos devem ser apresentados, exclusivamente, em substrato papel, conforme demais normativas do certame;

II. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado na forma “exemplificada”, a relação prevista na alínea “a” do subitem 3.7.3 deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e/ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas);

III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas;

IV. Cada peça e/ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 3.7.3;

e) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “exemplificadas”, até o limite de que trata o subitem 3.7.3, devem ser observadas as seguintes regras:

I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

II. cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

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

IV. um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

V. um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

VI. um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

VII. um hotsite cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado apenas uma peça.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

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

- a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing anexo a este edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
- c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de flightpropostas;
- d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas candidatas para esta distribuição. Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 3.7.3 deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e/ou material e quantidades de inserção destes materiais;
- e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:
  - I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
  - II. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
  - III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
  - IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas.
- f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:
  - I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
  - II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
  - III. Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

3.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito qualquer tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

**Capacidade de Atendimento**

3.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 3.9 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.9.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

3.10 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;

a.1 Considera-se “à época da licitação” a data para entrega do presente caderno.

b) a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo; planejamento; criação; produção de rádio, produção em RTV e internet; produção gráfica; mídia e atendimento e tipo de disponibilidade desses funcionários;

c) as instalações, a infraestrutura física, infraestrutura de Tecnologia da Informação (hardware e software), segurança de fluxo de dados, de processos e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados em forma clara, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho;

e) a discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

**Repertório**

3.11 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte „arial“, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.11.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem Repertório poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

3.11.3 Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

3.12 O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma:

a) um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão;

b) um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio;

c) um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa;

3.12.1 Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da 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 e outras questões pertinentes à alocação de verba, quando recomendável.

3.12.2 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017.

3.12.2.1 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou em *pendrive*, executável em qualquer computador com sistema operacional *windows*.

3.12.2.2 Qualquer problema técnico referente à mídia apresentada pela candidata poderá ter reflexo direto na nota da licitante e é de sua total e exclusiva responsabilidade.

3.12.2.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.11, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

3.12.2.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.

3.12.2.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 3.12, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o item.

**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

3.13 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte „arial“, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado

3.13.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.13 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 3.14, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

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

3.14.1 As propostas de que trata o subitem 3.14 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

3.14.2 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 3.14, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.

3.14.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela ANUNCIANTE.

a) 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.

b) Todas as páginas do relato devem estar rubricadas pelo autor do referendo e assinada na última folha do relato.

3.14.4 É facultada a inclusão de até 3 peças e/ou material, independentemente, do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive executável em qualquer computador com sistema operacional windows;

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.13, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

I. se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não;

II. as peças incluídas não terão suas páginas computadas nos limites do relato definidos no item 3.14;

e) para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a identificação das peças e detalhes de concepção criativa, quando pertinente.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO III**

**PROPOSTA DE PREÇOS: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO**

1 - A proposta deverá ser apresentada devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado, datada e assinada por representante legal do licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

2- A Proposta de Preço deverá conter:

2.1 Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no modelo de proposta – anexo a este Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

a) Percentual de desconto de no mínimo 28% (vinte e oito por cento), a ser concedido à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;

b) Honorários (em percentual) de até 9% (nove por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) Honorários (em percentual) de até 7% (sete por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários (em percentual) de até 9% (nove por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.2 Declaração da Licitante:

2.2.1-Comprometendo-se a repassar à Prefeitura, todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

2.2.2- Que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

2.2.3- Afirmando que, nos preços propostos, estão incluídas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas incluídas todas as despesas mencionadas neste subitem;

2.2.4- Comprometendo-se de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

2.2.5- Afirmando que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.

3- Será desclassificada a Proposta de Preços que:

a) não atender as exigências deste Edital e de seus Anexos;

b) apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a prestação dos serviços;

c) apresentar percentual de desconto inferior a 28% (vinte e oito por cento), a ser concedido à Prefeitura

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

Municipal de Bayeux-Pb sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;

d) apresentar percentual de honorários superior a 9% (nove por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

e) apresentar percentual de honorários superior a 7% (sete por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

f) apresentar percentual de honorários superior a 9% (nove por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

g) possuir preços manifestamente inexequíveis ou permanecerem acima do orçamento estimado para a contratação, observando-se o disposto no artigo 59 da Lei nº 14.133/21;

h) apresentar propostas com preços insanáveis, que não obedeçam às especificações técnicas pormenorizadas no edital, que não tenham a sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração; e em desconformidade com quaisquer outras exigências do edital, desde que insanável, conforme previsão no artigo 59 da Lei nº 14.133/21.

**4 – Da Pontuação da Proposta de Preços**

4.1 A Comissão Permanente de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela a seguir:

ITEM	OBJETO	NOTA
<b>01</b>	Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor.  Percentual Mínimo: 28%	Desconto inferior a 28%: <b>nota zero</b>  Desconto igual ou superior a 28%: <b>N = 0,5 x desconto</b>
<b>02</b>	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.  Percentual máximo: 9%	Honorários superior a 9%: <b>Nota = 0,00</b>  Honorários igual ou inferior a 9%: <b>N = 3,0 x (9,0 – Honorários)</b>
<b>03</b>	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:  I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na	Honorários superior a 7%: <b>Nota = 0,00</b>  Honorários igual ou inferior a 7%: <b>N = 3,0 x (7,0 – Honorários)</b>

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

	reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; III. à reimpressão de peças publicitárias.  Percentual máximo: 7%	
<b>04</b>	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.  Percentual máximo: 9%	Honorário superior a 9%: <b>Nota = 0,00</b>  Honorários igual ou inferior a 9%: <b>N = 3,0 x (9,0 – Honorários)</b>
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos <b>desconto</b> e <b>honorários</b> serão substituídos nas fórmulas da coluna <b>Nota</b> pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.		

4.2 As notas serão calculadas com 01 (uma) casa decimal.

4.3 A nota geral de cada Proposta de Preços será obtida mediante o somatório das notas atribuídas à totalidade dos quesitos constantes na tabela acima.

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

5 Não se considerará qualquer oferta ou vantagem não prevista neste Edital, ou vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes.

6 O Prazo de validade da proposta será de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega dos envelopes.

6.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no item acima ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Licitação realizará com ela diligência nos termos do art.64 da Lei nº 14.133/21, como forma de prorrogar o referido prazo.

6.2 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

7 Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso e, se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

8. No preço proposto estarão inclusos os encargos sociais e trabalhistas, toda carga tributária, os custos dos serviços e demais despesas indiretas, necessários ao pleno e completo fornecimento dos serviços licitados.

9. Os percentuais apresentados e levados a efeito de julgamento serão de exclusiva e total responsabilidade da licitante, não lhe cabendo, neste caso, o direito de pleitear qualquer alteração.

10. 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, nos termos do artigo 15, parágrafo único, da Lei Federal 12.232/2010.

11. A simples apresentação das propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância da legislação e normas legais pertinentes.

12. Não serão consideradas quaisquer cláusulas ou condições especiais no corpo das propostas, oferta de

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

vantagem não prevista neste Edital.

13. Poderão ser admitidas, a critério da Comissão de Contratação, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação.

**14. Julgamento Final**

14.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021 com o critério de julgamento Técnica e Preço, nos termos dos arts. 36 e 37 da Lei Federal nº 14.133/21, com peso 70 para a proposta técnica e peso 30 para a proposta de preços.

14.2. No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Contratação adotará os seguintes procedimentos:

I - identificação da Nota da Proposta Técnica (NPT) de cada licitante;

II - identificação da Nota da Proposta de Preços (NPP) de cada licitante;

III - identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante.

14.3 Estabelecendo-se o peso 7 (sete) nas notas da proposta técnica e o peso 3 (três) nas notas da proposta de preço, a pontuação final de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula:  $PF$  (Pontuação Final) = (NPT - nota da proposta técnica X 0,7) + (NPP - nota da proposta de preço X 0,3).

14.4 Será vencedora desta concorrência a LICITANTE que mantenha as condições de participação estabelecidas no Edital e que: a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 14.3; e b) tenha sido habilitada, observadas as disposições constantes no Edital.

14.5 Em caso de empate entre duas ou mais propostas, conforme Lei nº 14.133/2021, serão utilizados os seguintes critérios de desempate, nesta ordem:

I - disputa final, hipótese em que os licitantes empatados poderão apresentar nova proposta em ato contínuo à classificação;

II - avaliação do desempenho contratual prévio dos licitantes, para a qual deverão preferencialmente ser utilizados registros cadastrais para efeito de atesto de cumprimento de obrigações previstos nesta Lei;

III - desenvolvimento pelo licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, conforme regulamento;

IV - desenvolvimento pelo licitante de programa de integridade, conforme orientações dos órgãos de controle.

14.6 Em igualdade de condições, se não houver desempate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços produzidos ou prestados por:

I - empresas estabelecidas no território do Estado ou do Distrito Federal do órgão ou entidade da Administração Pública estadual ou distrital licitante ou, no caso de licitação realizada por órgão ou entidade de Município, no território do Estado em que este se localize;

II - empresas brasileiras;

III - empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

IV - empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009.

14.7 Definido o resultado do julgamento, a Administração poderá negociar condições mais vantajosas com o primeiro colocado, conforme previsão no art. 61 da Lei nº 14.133/21.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO IV**

**MINUTA DE PROPOSTA DE PREÇOS**

Apresentamos nossa proposta para prestação dos serviços de publicidade da licitação em referência.

**1. IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE:**

RAZÃO SOCIAL:

CNPJ e INSCRIÇÃO ESTADUAL:

ENDEREÇO, TELEFONE e E-MAIL:

AGÊNCIA e Nº DA CONTA CORRENTE:

**2. CONDIÇÕES GERAIS**

2.1 A proponente conhece e aceita os termos do instrumento convocatório que rege a presente licitação, bem como a minuta de contrato que o integra.

**3. REMUNERAÇÃO**

3.1 Declaramos que na vigência do contrato a ser assinado com este Órgão adotaremos:

a) o desconto de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_) sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB;

b) Honorários de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) Honorários de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb e, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

3.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) dias corridos, contados de sua apresentação.

**4. OUTRAS DECLARAÇÕES**

4.1. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

4.2. Comprometemo-nos:

- a) a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- b) de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, incluso nesses orçamentos.

4.3. Afirmamos que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais.

4.4 Afirmamos que nossa proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.

4.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da licitação em referência.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2025.

ASSINATURA E CARIMBO DA AGÊNCIA  
(OBS.: REPRESENTANTE LEGAL DO LICITANTE)





**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO V**

**BRIEFING PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE**

**Campanha Simulada – IPTU 2025**  
**Prefeitura Municipal de Bayeux**

**1. OBJETIVO GERAL**

- 1.1 Contratação de agência de publicidade para desenvolvimento de uma *campanha simulada*, com foco na arrecadação do IPTU 2025, como parte do processo licitatório para prestação de serviços de comunicação, publicidade e propaganda à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb.
- 1.2 O trabalho deverá demonstrar a capacidade técnica e criativa da agência em planejar e executar estratégias publicitárias integradas e eficazes, com base em dados reais do município e de seu público.
- 1.3 A campanha é simulada, sem execução real, e visa exclusivamente à avaliação técnica das propostas apresentadas. Todos os materiais produzidos serão de propriedade da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, sem ônus para o ente público ou compensação às agências não classificadas.
- 1.4 A campanha objetiva despertar nos cidadãos a consciência de que o pagamento do IPTU e da TCR é um ato de cidadania, que contribui diretamente para o progresso do município.
- 1.5. Objetiva demonstrar de forma transparente e acessível como os recursos arrecadados são investidos em obras e serviços que beneficiam a comunidade, bem como incentivar o pagamento em dia, ressaltando a importância da contribuição de cada cidadão para a construção de uma cidade melhor.
- 1.6. Desenvolver uma campanha publicitária abrangente, com duração de 30 dias, que utilize uma estratégia *crossmedia* para alcançar toda a população com mais de 15 anos.
- 1.7. Utilizar de forma efetiva os canais de comunicação digitais, como redes sociais e o site da prefeitura, para informar e interagir com a população.
- 1.8. Utilizar canais locais, caso possível, conectando de forma mais próximas os municípios, incluindo mídia *OOH*, onde couber.

**2. ORÇAMENTO ANUAL DA CAMPANHA**

O valor estimado da verba anual disponível para a campanha institucional de comunicação da Prefeitura é de R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).  
Diretrizes para o uso da verba: Máximo de 20% da verba anual deve ser alocado para esta campanha simulada.

**3. ELEMENTOS DE APOIO À CONSTRUÇÃO DA CAMPANHA**

**PERFIL DO MUNICÍPIO**

**3.1. HISTÓRIA**

Índios potiguaras e tabajaras viviam no litoral paraibano, às margens do rio Paraíba e alguns de seus afluentes, como rio Sanhauá e o rio Padroeira, onde atualmente o município de Bayeux se situa. O início de sua colonização foi muito influenciada pela proximidade com a cidade de Filipeia de Nossa Senhora das Neves, como era então chamada João Pessoa.

A colonização do município de Bayeux, localidade outrora denominada Barreiros, está muito ligada às histórias de João Pessoa e Santa Rita. Em 1585 foi fundada a cidade de Filipeia de Nossa Senhora das Neves e anos mais tarde foi iniciado o povoado de Santa Rita. Bayeux, no meio das duas localidades sofreu influência dessas colonizações. A povoação, então distante quatro quilômetros de Filipeia, começou com o nome de Rua do Baralho. Depois, Boa Vista e, em 1634, Barreiros — nome em decorrência do engenho de Barreiros. Sobre tal engenho, há uma citação no livro *Diálogos das grandezas do Brasil*, de 1610, do escritor Ambrósio Fernandes Brandão:

Fora do Varadouro, subindo o rio [*Paraíba*] durante uma meia hora, chega-se ao primeiro engenho chamado os Barreiros, que quer dizer sitio onde há muito barro, e aí se costuma cozer muitos vasos e telhas para a cobertura das casas. O dono deste engenho era um tal Domingos Carneiro; mas como, antes da conquista [*da Paraíba pelos neerlandeses*], ele partiu para Portugal, declarou-se confiscado o seu engenho para a Companhia [*das Índias Ocidentais*], e o Supremo Concelho o vendeu a um mercador de Amsterdam chamado Josias Marscha),

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

que é presentemente o seu dono. Quase confronte a este engenho, rio acima, desemboca o Iniobi (Inoby) no Paraíba (...) — *Instituto Arqueológico e Geográfico Pernambucano, 1883*

O Decreto-Lei estadual nº 546, de 21 junho de 1944, sugestão do então jornalista Assis Chateaubriand ao interventor do estado na época, Rui Carneiro, modificou finalmente o nome para Bayeux em homenagem à primeira cidade francesa (de mesmo nome) a ser libertada do poder nazista pelos aliados durante a Segunda Guerra Mundial.<sup>[12]</sup> Já a elevação à categoria de distrito ocorreu através da lei municipal nº. 48, de 10 de dezembro de 1948. Bayeux pertenceu ao município de Santa Rita até então, quando finalmente adquiriu o status de município pela Lei no. 2.148, de 28 de junho de 1959. A instalação oficial do município se deu no dia 15 de dezembro de 1959.

Sua principal artéria urbana é a Avenida Liberdade, cujo nome também remete a libertação da referida cidade francesa do poder nazista.

### **3.2. GEOGRAFIA**

Com 32 km<sup>2</sup>, o município de Bayeux tem uma importante área representativa do ecossistema de manguezal, região que se mostra de grande importância para a preservação da fauna e da flora ameaçadas, mas ainda existentes no estuário do Rio Paraíba. Em torno de 60% do território municipal ainda são constituídos de manguezais e resquícios de Mata Atlântica, como a Unidade de Conservação Estadual da Mata do Xem-xem, com 181,22 hec.

Toda essa diversidade representa um relevante potencial para a geração de renda e empregos com a exploração do ecoturismo (ainda inexplorado pelo município),<sup>[13]</sup> o qual pode ser viabilizado em virtude da proximidade com João Pessoa, bem como pela facilidade de acesso à própria cidade de Bayeux, que conta com rodovias federais e estaduais, o Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto, o maior do estado, e quilômetros de rios navegáveis.

Bayeux insere-se na unidade geoambiental dos Tabuleiros Costeiros e portanto a vegetação que predomina é a floresta subperenifólia, com partes de Floresta Subcaducifólia e transição cerrado/floresta. O município está situado nos domínios da bacia hidrográfica do rio Paraíba, região do Baixo Paraíba e tem como principais tributários os rios Paroeira, Manhaú e Marés, além do riacho do Meio, todos de regime perene. Como recursos hídricos conta ainda com os açudes Santo Amaro e Marés. A Ilha do Eixo, ainda parcialmente coberta de manguezais, é parte integrante de seu território e se situa no estuário do rio Paraíba.

O clima é tropical úmido, com temperatura média anual de 25,6 °C e índice pluviométrico de aproximadamente 1 750 milímetros anuais, concentrados entre os meses de abril e julho. A amplitude térmica é baixa, devido à proximidade com o litoral.

#### **3.2.1. BAIRROS**

Segundo o IBGE, Bayeux é formada por um único distrito, o distrito-sede, e conta com os seguintes quinze bairros.

Alto da Boa Vista

Baralho

Brasília

Centro

Comercial Norte

Imaculada

Manguinhos

Jardim Aeroporto

Jardim São Severino

Jardim São Vicente

Mário Andreazza

Rio do Meio

São Bento

Sesi

Tambay

#### **3.2.2. POPULAÇÃO**

A população de Bayeux-Pb foi estimada em 82.742 habitantes de acordo com o Censo Demográfico de 2022, conforme dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Esses dados refletem o crescimento populacional da cidade. Bayeux apresenta uma densidade demográfica de cerca de 2.986,54 habitantes por km<sup>2</sup>, evidenciando sua característica de cidade com alta concentração populacional.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**3.3. CULTURA**

O padroeiro do município é São Sebastião, cuja festa se realiza em 20 de Janeiro. O município ainda festeja o dia de São Pedro em 25 de julho, o dia de São Bento no mês de novembro e Nossa Senhora da Conceição em dezembro. Suas manifestações culturais são representadas por quadrilhas juninas, grupos teatrais, Festival do Caranguejo, Carreata do Fusca, Corrida de Canoas, comidas típicas e artesanatos.

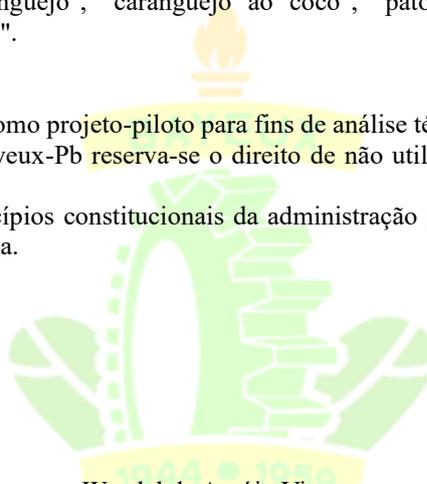
O caranguejo é um dos motivos que proporcionaram a realização do “I Caranga Fest - Festival do Caranguejo”, no ano de 1997. O festival é aberto com o Love ao Fusca, uma carreata que já se tornou tradicional e conta com a participação de aproximadamente 200 Fuscas de vários modelos e anos. É realizada sempre no dia 29 de agosto e uma grande variedade de pratos feitos à base de caranguejo são servidos nessa festa, como: "ensopado de caranguejo", "caranguejo ao coco", "patola de caranguejo", "casquinha de caranguejo" e "pirão de caranguejo".

**4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

4.1 A campanha deve ser tratada como projeto-piloto para fins de análise técnica no processo de licitação.

4.2 A Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb reserva-se o direito de não utilizar as propostas apresentadas nesta simulação.

4.3 A campanha deve seguir princípios constitucionais da administração pública: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.



Bayeux-Pb, 12 de fevereiro de 2025.

Wendel de Araújo Vicente  
Secretário Municipal de Comunicação



ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE

ANEXO VI

MODELO DE CREDENCIAMENTO

**OBS.:** No caso de instrumento particular, deverá ser comprovada a capacidade de o signatário nomear procurador, mediante apresentação de cópia do estatuto ou contrato social em vigor, e, quando se tratar de sociedade anônima, da ata de nomeação do signatário.

**OBS.:** Preencher em papel timbrado da Empresa - Apresentar juntamente com o RG (Cédula de Identidade) - Esta Carta de Credenciamento não deverá vir inserida em nenhum dos envelopes, de modo a ser exibida pelo referido representante antes da abertura da sessão.

MODELO

À Contratante

**Ref.:** EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 00001/2025.

**OUTORGANTE:** (nome, endereço, razão social etc)

**OUTORGADO:** (nome e qualificação do representante)

**OBJETO:** Representar a outorgante perante a Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, no curso da Concorrência nº 00001/2025, que se realizará no (Nome e endereço da dependência).

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

\_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
(Nome completo do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Nº da C.I. do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Assinatura do declarante)



ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE

ANEXO VII

MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

(No papel timbrado da empresa)

\*\*\*\*\*

À Comissão de Contratação Prefeitura Municipal de Bayeux - Pb  
Concorrência nº. 00001/2025

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

\_\_\_\_\_, CNPJ nº \_\_\_\_\_ (Nome da Empresa) Sediada à  
\_\_\_\_\_ (Endereço Completo) Declara, sob as penas da  
lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação na Concorrência nº. 00001/2025,  
ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

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

\_\_\_\_\_  
(Nome completo do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Nº da C.I. do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Assinatura do declarante)





ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE

ANEXO VIII

MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

(No papel timbrado da empresa)

\*\*\*\*\*

À Comissão de Contratação Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb.  
Concorrência nº. 00001/2025

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

\_\_\_\_\_, CNPJ nº \_\_\_\_\_ (Nome da Empresa) Sediada à  
\_\_\_\_\_ (Endereço Completo) Por intermédio de seu  
representante legal,o(a) Sr(a): \_\_\_\_\_, portador do R.G nº  
\_\_\_\_\_ e inscrito no CPF sob o nº \_\_\_\_\_, DECLARA para fins  
do disposto do inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/21, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em  
trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

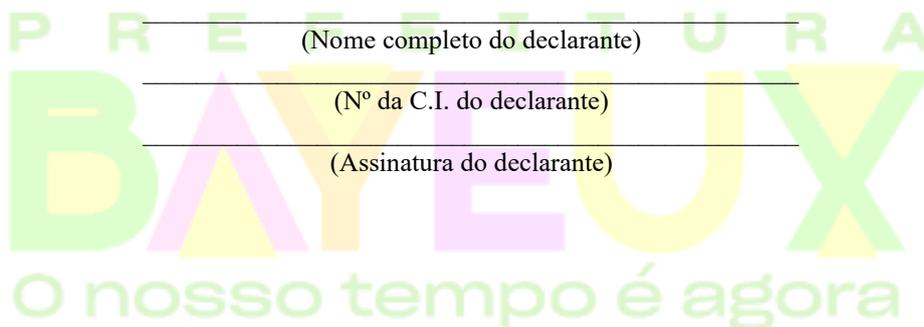
Ressalva: empregar menor, a partir de 14 (quatorze) anos na condição de aprendiz: a) ( ) Sim b) ( ) Não

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ - \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Nome completo do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Nº da C.I. do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Assinatura do declarante)





ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE

ANEXO IX

MINUTA DA DECLARAÇÃO

(No papel timbrado da empresa)

\*\*\*\*\*

À Comissão de Contratação Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb - Pb.  
Concorrência n°. 00001/2025

\_\_\_\_\_, CNPJ n° \_\_\_\_\_ (Nome da Empresa) Sediada à  
\_\_\_\_\_ (Endereço Completo) Por intermédio de seu  
representante legal o(a) Sr(a): \_\_\_\_\_, portador do R.G n°  
\_\_\_\_\_ e CPF n° \_\_\_\_\_, DECLARA para fins:

- a) que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomado conhecimento integral do teor do edital de licitação supracitado, sujeitando-se às disposições nele contidas;
- b) que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- c) que responde pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei;
- d) que adota medidas e ações destinadas a evitar ou corrigir danos ao meio ambiente, segurança e medicina do trabalho, que possam vir a ser causados na execução do objeto desta licitação;
- e) que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, bem como comunicará qualquer fato ou evento superveniente quanto à habilitação ao certame supra, especificamente à Qualificação Técnica, Regularidade Fiscal, Capacidade Jurídica e Situação Econômico-Financeira;
- f) que na composição societária não existe participação de dirigentes ou empregados da Contratante;
- g) que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específica.

\_\_\_\_\_, - \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Nome completo do declarante)

\_\_\_\_\_  
(N° da C.I. do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Assinatura do declarante)

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO X**

**MINUTA DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS**

(No papel timbrado da empresa)

\*\*\*\*\*

À Comissão de Contratação Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb. Concorrência nº. 00001/2025 \_\_\_\_\_, CNPJ nº \_\_\_\_\_ (Nome da Empresa) Sediada à \_\_\_\_\_ (Endereço Completo) Por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a): \_\_\_\_\_, portador do R.G nº \_\_\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_, em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que: Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos constantes no edital e seus anexos, bem como, no que diz respeito ao tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, que:

- a) A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- b) A cessão de que trata a alínea anterior será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos da Administração Direta ou Indireta da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f) Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
- g) A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas seguintes “h)” e “i)”.
- h) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- i) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- j) Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

k) Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nas alíneas “h” e “i”, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

l) Qualquer remuneração, devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos, será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

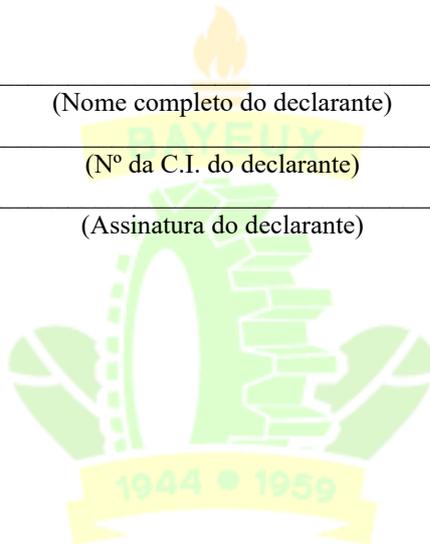
m) A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ - \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Nome completo do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Nº da C.I. do declarante)

\_\_\_\_\_  
(Assinatura do declarante)





**ESTADO DA PARAÍBA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX  
CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO XI**

**MINUTA DO CONTRATO ADMINISTRATIVO**

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº \_\_\_\_/2025  
CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM  
REGIME DE EXECUÇÃO INDIRETA, QUE  
ENTRE SI FAZEM A PREFEITURA MUNICIPAL  
DE BAYEUX- PB E \_\_\_\_\_.

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX/PB**, doravante denominada **CONTRATANTE**, Pessoa Jurídica de Direito Público, com sede na Av. Liberdade, 3720 - Centro - Bayeux - PB, inscrita no CNPJ nº 08.924.581/0001-60, neste ato representada pelo(a) Sr.(a) xxxxxxxxxxxxxxxx doravante denominada **CONTRATANTE**, e do outro lado a empresa xxxxxxxxxxxxxxxx, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº xxxxxxxxxxxxxxxx, com sede à xxxxxxxxxxxxxxxx, neste ato representada pelo(a) Senhor(a) xxxxxxxxxxxxxxxx, portador(a) do CPF nº xxxxxxxxxxxxxxxx, denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente contrato, em conformidade com a Concorrência Nº 00001/2025-PMBEX, e em observância ao disposto nos termos da Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei nº 14.133/21, e demais dispositivos legais, de acordo com as cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1 A presente contratação rege-se pela Lei nº 12.232/2010, de forma complementar, pela Lei nº 14.133/21, Lei Complementar nº 123/2006, Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966, Decreto nº 4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), os preceitos do Direito Público e, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições do Direito Privado.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da CONCORRÊNCIA Nº 00002/2019 – PMBEX e seus anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da CONTRATADA ou a Proposta de Preço com ela negociada, se for o caso.

1.3. As ações da CONTRATADA se guiarão pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

**CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO**

2.1 Constitui objeto deste contrato a **CONTRATAÇÃO DE UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUÍTO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL.**

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela **CONTRATADA**.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 2.1.1 terão a finalidade específica de:

a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

2.1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do subitem 2.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto deste contrato de prestação de serviços de publicidade.

2.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos nos itens 2.1 e 2.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

2.1.3 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.1.3.1 Os patrocínios publicitários, mencionados no item 2.1.3, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

2.1.4 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

2.2. As obrigações contidas no Edital e seus anexos, na proposta do CONTRATADO, integram expressamente o objeto deste contrato. As obrigações neles previstas vinculam o CONTRATADO, que será responsabilizado por qualquer inexecução ou inadimplemento.

2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços exclusivos da própria contratada.

2.4.A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5.O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.

**CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR DO CONTRATO, DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E DA REMUNERAÇÃO**

3.1 As despesas a serem realizadas pela contratada estão estimadas em R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais), sendo este valor meramente estimativo em razão da expectativa de uso dos serviços de publicidade e da disponibilidade orçamentária, não estando a Contratante obrigada a utilizar a totalidade do valor contratado.

3.2 Os recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 estão consignados na dotação orçamentária da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb:

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

3.2.1 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no orçamento desta, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.3 Se a Contratante optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos. 3.3.1 As despesas para o exercício futuro correrão à conta das dotações orçamentárias indicadas em termo aditivo ou apostilamento.

3.4 A Contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

3.5 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e sobre:

a) Percentual de desconto de, \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento), a ser concedido à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;

b) Honorários (em percentual) de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) Honorários (em percentual) de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários (em percentual) de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

e) pela percepção do desconto de agência, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n. 4.680/65.

3.6 Os layouts reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

3.6.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados a 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.

3.6.2 Pertencem à Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de publicidade/propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

3.7 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de 50% (cinquenta por cento).

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

3.8 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas às peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 50% (cinquenta por cento).

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

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

3.9 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

3.10 Será deduzido o percentual de 2,0% (dois por cento) sobre todos os valores de pagamentos realizados pelo Município de Bayeux-Pb, relativos ao fornecimento de bens, serviços e contratação de obras, o qual será creditado no FUNDO MUNICIPAL DE APOIO SOCIAL, nos termos da Lei Municipal nº 1.033 de 29.12.2006.

#### **CLÁUSULA QUARTA – DO PAGAMENTO**

4.1 Os pagamentos dar-se-ão da seguinte forma:

4.1.1 Valores relativos aos serviços de terceiros:

a) Condição de Pagamento: Fica estabelecido que os valores devidos com as operações com terceiros serão pagos pelo CONTRATANTE em até 30 (trinta) dias úteis após a realização dos serviços e entrega das respectivas notas fiscais e demais documentos relativos ao faturamento.

b) Condição de Faturamento: As Notas Fiscais referentes à prestação de serviço de terceiros deverão ser entregues pela contratada na sede da Contratante. Juntamente com o documento fiscal deverá ser entregue cópia das Notas Fiscais das empresas subcontratadas pela contratada, cópias dos orçamentos, cópia das ordens de compras devidamente assinadas, cópias das autorizações de publicação devidamente assinadas e cópias dos pedidos de inserção.

c) Forma de Pagamento: O pagamento será efetuado mediante depósito bancário na conta corrente da CONTRATADA, descrita no contrato firmado entre as partes, sendo efetuado a retenção na fonte de tributos e contribuições descritas na legislação em vigor.

4.1.2 Valores relativos aos serviços prestados pela contratada:

a) Condição de Pagamento: Fica estabelecido que os valores devidos com os serviços prestados pela CONTRATADA serão pagos pelo CONTRATANTE, em até 30 (trinta) dias úteis após a realização dos serviços e entrega das respectivas notas fiscais e demais documentos relativos ao faturamento.

b) Condição de Faturamento: As Notas Fiscais deverão ser entregues pela contratada na sede da Contratante.

4.2 Para efetivação de cada pagamento, será verificada todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

4.3 Os pagamentos sofrerão as retenções de impostos, conforme legislação vigente.

4.4 Os pagamentos serão através de crédito na conta bancária da empresa contratada.

4.5 As datas citadas acima poderão sofrer alterações, mediante acordo entre as partes, em função de particularidades de alguma contratação.

4.6 Para pagamento das despesas com veiculação, deverão constar dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente.

4.6.1 Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto neste item, a contratada demonstrará essa impossibilidade, para que o contratante pondere e decida.

4.7 Além da remuneração prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

4.8 O desconto padrão de agência é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

4.9 O pagamento somente será efetuado após o “atesto”, pelo servidor competente, da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela CONTRATADA, condicionado à verificação da conformidade da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela CONTRATADA e do regular cumprimento das obrigações assumidas.

4.10 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que a CONTRATADA providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a CONTRATANTE.

4.11 Antes do pagamento, a Contratante verificará condições de habilitação e qualificação da Contratada, especialmente quanto à regularidade fiscal, que poderá ser feita em sites oficiais, devendo seu resultado ser impresso, autenticado e juntado ao processo de pagamento.

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

4.13 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios proporcionais aos dias de atraso, apurados desde a data limite prevista para o pagamento até a data do efetivo pagamento, à taxa de 6% (seis por cento) ao ano, aplicando-se a seguinte fórmula:

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

EM = Encargos Moratórios a serem acrescidos ao valor originariamente devido

I = Índice de atualização financeira, calculado segundo a fórmula:

$$I = (6/100) / 365$$

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

VP = Valor da Parcela em atraso

#### **CLÁUSULA QUINTA – DO REAJUSTAMENTO DOS PREÇOS**

5.1. Após o período de 12 (doze) meses, os preços poderão ser reajustados pela tabela vigente da SINAPRO/PB, caso esta tenha sido reajustada.

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

5.3. O reajuste de preços dar-se-á após parecer jurídico e decisão fundamentada da Administração e se materializará mediante aditivo contratual ou simples apostilamento.

#### **CLÁUSULA SEXTA - DA VIGÊNCIA**

6.1. O prazo de vigência do Contrato será de 12 meses, a partir da data da sua assinatura, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado na formado art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

6.2. A CONTRATADA não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

6.3. Tanto a prorrogação de prazos, quanto a alteração deste Contrato, serão efetuadas mediante Termo de Aditamento.

**CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO**

7.1. A CONTRATADA tem as seguintes obrigações

7.1.1 Iniciar a prestação/execução dos serviços após a assinatura do Contrato, mediante solicitação da Contratante.

7.1.2 Prestar à Contratante os serviços ora contratados, obrigando-se a não assumir encargos de qualquer natureza, salvo por explícita concordância da Contratante.

7.1.3 Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para aquisição de suprimentos, com pelo menos 03 (três) fornecedores, remetendo à Contratante para prévio exame e aprovação. A cada processo de cotação de preços, a Contratante reserva-se o direito de efetuar novas cotações, visando à obtenção da proposta mais vantajosa para Administração.

7.1.3.1 Executar todas as contratações de suprimentos deverão ser autorizadas pela Contratante.

7.1.3.2 Executar todas as contratações de serviços de produção, sejam com ou sem os serviços de supervisão, deverão, obrigatoriamente, ser autorizadas pela Contratante.

7.1.4 Apresentar à Contratante todas as estimativas de custos para prestação dos serviços e outros subcontratados que lhe forem incumbidos.

7.1.5 Efetuar todos os pagamentos decorrentes de serviços executados por ordem da Contratante, dentro das condições e prazos estipulados nas faturas originais de serviços, responsabilizando-se civil e criminalmente pelo não-cumprimento destas obrigações.

7.1.6 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos financeiros e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos.

7.1.7 Administrar e executar todos os contratos firmados com terceiros respondendo por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria Contratante.

7.1.8 Responder pelas consequências resultantes de qualquer ação judicial movida por terceiros contra a Contratante, com base na legislação de proteção a industrial ou de direitos autorais, relacionados com os serviços, objeto do presente contrato.

7.1.9 Responsabilizar-se pelos danos causados, na hipótese da CONTRATADA violar direitos do autor e os direitos que lhe são conexos previstos na legislação específica, no ato da cessão dos referidos direitos à Contratante.

7.1.10 Não assumir quaisquer despesas em nome e por conta da Contratante, sem sua expressa autorização.

7.1.11 Informar à Contratante toda e qualquer excepcionalidade ocorrida durante a prestação do serviço, para que sejam tomadas as providências necessárias.

7.1.12 Acompanhar a veiculação publicitária que lhe for incumbida pelo CONTRATANTE, por meio de auditoria externa e da conferência (checking) dos mapas de veiculação.

7.1.13 Responsabilizar-se pelos danos causados à Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pela Contratante.

7.1.14 Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências dessa Contratante ou em outro local, executando o objeto da licitação, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.

7.1.15 Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução do objeto da licitação, mesmo que para isso outra solução não prevista no Edital tenha que ser apresentada para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para a Contratante, desde que de responsabilidade da CONTRATADA.

7.1.16 Formalizar a cessão dos direitos de propriedade e de utilização dos materiais obtidos durante a prestação de serviços e dos produtos finais que forem gerados.

7.1.17 Manter total sigilo sobre os serviços executados, vedada a divulgação de qualquer informação sem a prévia autorização do CONTRATANTE.

7.1.18 Não 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.

7.1.19 Reservar e comprar espaço e/ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do respectivo contratante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

7.1.20 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados, exceto no que tange à compra de mídia:

- a) fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- b) apresentar, pelo menos, 3 (três) orçamentos coletados entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme determinação contida no art. 14 da Lei nº 12.232/2010;
- c) exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- d) a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- e) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.

7.1.21 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

7.1.22 Obter as licenças necessárias à execução dos serviços junto às repartições competentes.

7.1.23 Manter, durante a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas pela Lei nº 14.133/21.

7.1.24 Cumprir as exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz;

7.1.25 Manter a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

7.1.26 Observar as demais obrigações impostas no edital da licitação e nos seus anexos.

#### **CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

8.1. Proporcionar todas as condições para que a CONTRATADA possa desempenhar seus serviços de acordo com as determinações do Contrato, do Edital e seus Anexos.

8.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta.

8.3. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas.

8.4. Notificar a CONTRATADA por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção.

8.5. Pagar à CONTRATADA o valor resultante da prestação do serviço, na forma do contrato.

8.6. Zelar para que durante toda a vigência do contrato sejam mantidas, em compatibilidade com as obrigações assumidas pela CONTRATADA, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

8.7. Realizar cadastro prévio para que haja o fornecimento de bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, conforme determina o art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

8.8. Divulgar no sítio do contratante na internet, em local específico para esse fim, as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, garantindo o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

#### **CLÁUSULA NONA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

9.1 Sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que couber, garantido o contraditório e a ampla defesa, poderá a CONTRATANTE aplicar à CONTRATADA as seguintes penalidades, previstas nos artigos 156 e ss da Lei nº 14.133/21:

a) Advertência;

b) Multa

b.1 – Multa moratória de até 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;

b.2 - As penalidades de multa decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- b.4 - Multa compensatória de até 30% (trinta por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;
- b.5 – Em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;
- c) Impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até 03 (três) anos;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

9.2 A aplicação de multa não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.

9.3 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a natureza e a gravidade da infração cometida; as peculiaridades do caso concreto; as circunstâncias agravantes ou atenuantes; os danos que dela provierem para a Administração Pública; e a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

9.4 As multas devidas e/ou prejuízos causados à CONTRATANTE serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor da Prefeitura de Bayeux-Pb, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa do Município e cobrados judicialmente.

9.5 Em se tratando de inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia (seja para reforço ou por ocasião de prorrogação), em caso de atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias, autorizará a Administração contratante a promover a rescisão do contrato.

9.6 Na aplicação das penalidades, a Administração deverá observar o disposto no art. 156 e ss da Lei nº 14.133/21.

**CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS E SEGUROS**

10.1. A CONTRATADA, na assinatura deste Termo de Contrato, prestou garantia no valor de R\$..... (.....), na modalidade de ....., correspondente a ....% (...por cento) de seu valor total, observadas as condições previstas no Edital.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA- DA RESCISÃO CONTRATUAL**

11.1. A inexecução total ou parcial deste contrato enseja a sua rescisão.

11.1.1. Os casos de rescisão contratual deverão ser formalmente motivados nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

11.2. A rescisão do contrato poderá ser:

- a) determinada por ato unilateral e escrito da Administração nos casos enumerados do art. 137 da Lei 14.133/2021;
- b) amigável, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;
- c) determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

11.2.1A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.

11.3. A rescisão por descumprimento das cláusulas contratuais acarretará a execução da garantia contratual, para ressarcimento da CONTRATANTE, e dos valores das multas e indenizações a ela devidos, bem como a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, além das sanções previstas neste instrumento.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

11.4. Deverão ser observados os regramentos previstos nos arts. 137 e ss da Lei nº 14.133/21.

11.5. O termo de rescisão deverá indicar, conforme o caso:

11.5.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

11.5.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos; 11.5.3. Indenizações e multas.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA GESTÃO E DA FISCALIZAÇÃO**

12.1. A fiscalização do presente Contrato será exercida por um representante da Administração, ao qual competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato e de tudo dará ciência à Administração.

12.2. Será designado gestor e fiscais do contrato para acompanhamento da execução contratual, conforme art. 117 da Lei nº 14.133/2021.

12.3. O representante da Contratante deverá ter a qualificação necessária para o acompanhamento e controle da execução dos serviços e do contrato, sendo este representante responsável por verificar a prestação do serviço de acordo com os critérios estabelecidos neste termo de referência.

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

12.5. O gestor do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS ALTERAÇÕES**

13.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do artigo 125 da Lei nº 14.133/21.

13.2. No interesse da CONTRATANTE, o valor do contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/21.

13.3. A Contratada ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite ora previsto, calculado sobre o valor contratado.

13.4. Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido nesta condição, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO**

14.1. O presente contrato será publicado na forma do art. 54 da Lei nº 14.133/21.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

15.1 A inadimplência da Contratada, com referência a encargos sociais, comerciais e fiscais, não transfere a responsabilidade por seu pagamento à Contratante, razão pela qual a Contratada renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a Contratante.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA- DO FORO**



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

16.1. As partes se obrigam, por si e seus sucessores, ao fiel cumprimento de todas as Cláusulas e condições do presente contrato e elegem para seu domicílio contratual o Foro da Justiça Estadual da Comarca de Bayeux-Pb, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, no que se refere a qualquer ação ou medida judicial originária ou referente a este instrumento contratual. E por estarem acordados em todas as condições e Cláusulas deste Contrato, assinam o presente instrumento, em 2 (duas) vias impressas, de igual teor, para um só efeito legal.

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

\_\_\_\_\_  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
CONTRATADA



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO XII**

**ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

**INTRODUÇÃO**

O presente Estudo Técnico Preliminar (ETP) tem como objetivo avaliar a melhor forma de atender à necessidade da Administração Pública Municipal quanto à contratação de serviços especializados de publicidade e propaganda, considerando a importância da comunicação institucional eficaz para a divulgação de ações, programas, campanhas e políticas públicas de interesse da coletividade.

Trata-se de uma etapa essencial no processo de planejamento da contratação, que visa identificar as soluções mais adequadas, garantir a eficiência do gasto público e assegurar que a futura contratação esteja alinhada às diretrizes legais e aos objetivos estratégicos da Administração.

Para tanto, a elaboração deste estudo está fundamentada na Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que estabelece normas específicas para a contratação de serviços de publicidade por órgãos e entidades da Administração Pública. De forma subsidiária, aplica-se, no que couber, a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, especialmente no tocante às diretrizes para o planejamento das contratações públicas, à formalização dos contratos e à gestão eficiente dos recursos públicos.

Esta caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento e apresenta os devidos estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade abaixo especificada, tendo por objetivo identificar e analisar os cenários para o atendimento de demanda, bem como demonstrar a viabilidade técnica e econômica das soluções identificadas, fornecendo as informações necessárias para subsidiar a tomada de decisão e o prosseguimento do respectivo processo de contratação.

**1. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

1.1. A contratação de serviços especializados de publicidade e propaganda pela Prefeitura Municipal de Bayeux-PB justifica-se de forma inequívoca diante da inexistência de contrato vigente para esse fim. O último processo licitatório destinado à contratação do referido objeto foi realizado na modalidade Concorrência nº 00002/2019, tendo gerado o Contrato Administrativo nº 00091/2019, o qual não pode mais ser aditivado em razão de ter atingido o limite legal de prorrogações de prazo. Atualmente, o Município encontra-se sem cobertura contratual para a execução de atividades de comunicação institucional, o que compromete severamente a atuação da Administração Pública na promoção de suas ações, programas e campanhas.

A ausência de serviços de publicidade restringe a capacidade do Poder Executivo Municipal de cumprir obrigações constitucionais e legais, como a transparência dos atos administrativos, a prestação de contas à população e a divulgação clara e acessível de informações de interesse público. Tal limitação afeta diretamente a imagem institucional da gestão e reduz a efetividade das políticas públicas, especialmente nas áreas mais sensíveis, que exigem ampla divulgação e mobilização da sociedade.

A presente contratação atenderá de forma integrada às necessidades do Gabinete da Prefeita e das Secretarias de Educação, Saúde, Assistência Social e Segurança Alimentar, todos órgãos que possuem demandas específicas e contínuas de comunicação institucional:

- **Gabinete da Prefeita:** demanda comunicação estratégica para dar publicidade aos atos de governo,

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

promover campanhas de cidadania, mobilização social, prestação de contas, informações sobre arrecadação e investimentos, fortalecendo a imagem da gestão e garantindo o direito à informação à sociedade;

- **Secretaria de Educação:** necessita divulgar ações relativas a matrículas escolares, transporte e merenda, resultados de avaliações, programas pedagógicos, eventos educacionais, campanhas de conscientização e mobilização da comunidade escolar;
- **Secretaria de Saúde:** requer campanhas permanentes e emergenciais de vacinação, combate a endemias, orientação sobre serviços de saúde, programas preventivos, medidas sanitárias e de conscientização em situações de urgência, como epidemias ou emergências de saúde pública;
- **Secretaria de Assistência Social e Segurança Alimentar:** necessita ampla divulgação de programas de apoio às famílias em situação de vulnerabilidade, ações de combate à fome, serviços de acolhimento, campanhas de arrecadação e mobilização social, informando a população sobre benefícios, prazos e requisitos para acesso aos programas sociais.

A contratação de uma agência especializada é essencial para garantir que as ações de comunicação do Município sejam conduzidas com planejamento técnico, criativo e estratégico, assegurando campanhas integradas, planejadas e direcionadas aos públicos específicos, utilizando diversos meios – digitais, impressos, radiofônicos, televisivos, entre outros – para maximizar o alcance e a efetividade da mensagem institucional.

Os serviços a serem contratados compreenderão, entre outros, o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional, de competência da Prefeitura Municipal de Bayeux-PB, atendendo às demandas dos órgãos mencionados. Também serão abrangidas ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo, incluindo, como atividades complementares:

- a) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) a produção e a execução técnica das peças e/ou materiais criados pela agência contratada.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Bayeux-PB, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

Ressalte-se que é vedada a inclusão, nas pesquisas e avaliações, de matérias estranhas ou que não guardem pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade. Também é vedada a inclusão de outros serviços não previstos, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010. Não se incluem no conceito de patrocínio as ações de compra de espaços ou tempo publicitário em veículos de comunicação para veiculação de campanhas, projetos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento, desde que vinculados à necessidade de associar marca, produto ou mensagem institucional à divulgação de interesse público.

A vantajosidade da contratação é evidente, na medida em que permite à Prefeitura comunicar-se de forma

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

eficiente, coerente e transparente com a população, fortalecendo a relação institucional com os cidadãos, promovendo educação e conscientização pública e aumentando a credibilidade da gestão. Além disso, a comunicação estratégica otimiza o uso dos recursos públicos, com campanhas eficazes, direcionadas e com retorno mensurável, contribuindo para o engajamento social e a participação popular.

Importante ressaltar que a comunicação pública é um dos pilares da boa governança, sendo imprescindível que ela seja conduzida com profissionalismo e embasamento técnico. A complexidade da área exige conhecimento especializado, domínio de ferramentas digitais, sensibilidade social e visão estratégica. A agência de publicidade reúne essas competências em equipe multidisciplinar, capaz de planejar e executar ações comunicacionais com criatividade, agilidade e foco em resultados, além de monitorar constantemente o desempenho das campanhas e propor ajustes sempre que necessário.

Por fim, a contratação é medida necessária e estratégica, uma vez que, sem contrato ativo, a Prefeitura encontra-se impossibilitada de divulgar suas ações oficiais de forma adequada, prejudicando a transparência, o direito à informação e a relação da Administração com a população. A ausência de comunicação institucional compromete não apenas a visibilidade das políticas públicas, mas também a capacidade da gestão de responder de forma eficaz a demandas sociais emergentes.

Diante do exposto, é plenamente justificada e necessária a realização de nova contratação de serviços de publicidade e propaganda, com respaldo legal na Lei nº 12.232/2010 e planejamento amparado pela Lei nº 14.133/2021, visando restabelecer a capacidade comunicacional do Município e assegurar o cumprimento dos princípios da Administração Pública, como legalidade, publicidade, eficiência e economicidade. Trata-se de uma medida estratégica, técnica e institucional, que fortalece o papel da Prefeitura de Bayeux como promotora do interesse público e agente ativo na construção de uma gestão mais participativa, transparente e eficiente.

## **2. DA PREVISÃO NO PLANO ANUAL DE CONTRATAÇÕES**

A Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, em conformidade com o art. 18, § 1º, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, assegura o alinhamento entre as contratações previstas no Plano de Contratações Anual (PCA) e o planejamento da Administração Pública. O PCA para o ano de 2025 segue sendo elaborado conforme o art. 12, inciso VII, da mesma lei, porém o Documento de Formalização de Demanda desta pasta já encaminhou para fazer constar no mesmo.

A contratação está respaldada pela LOA - Lei Orçamentária Anual Lei nº1.827/2024 e conta com previsão orçamentária registrada na rubrica orçamentária.

## **3. ÁREA REQUISITANTE**

A presente demanda segue requisitada pelo Gabinete da Prefeita, Secretaria de Educação, Secretaria de Assistência Social e Segurança Alimentar e secretaria de Saúde, auxiliadas tecnicamente pela Secretaria de Comunicação do município de Bayeux-Pb.

## **4. DO LEVANTAMENTO DE MERCADO:**

4.1. Contratações similares feitas por outros órgãos e entidades públicas:

a) Após levantamento realizado, não foram encontradas novas metodologias, tecnologias ou inovações significativas no mercado que melhor atendam às necessidades específicas da Prefeitura Municipal de Bayeux-PB para a contratação de serviços de publicidade. Contudo, é importante destacar que as agências de

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

publicidade estão constantemente adaptando suas ofertas e recursos a novas demandas, especialmente no que se refere ao uso de plataformas digitais e estratégias de marketing de conteúdo.

4.2. Realização de audiência e/ou consulta pública para coleta de contribuições:

a) A contratação de serviços de publicidade para a Prefeitura de Bayeux-PB trata-se de uma contratação de natureza especializada, com foco em serviços prestados por agências de publicidade. Não se faz necessária a realização de audiência ou consulta pública, pois o mercado publicitário é suficientemente capacitado para regular a oferta de serviços, e as especificações do contrato podem ser adequadamente definidas pela Administração. Além disso, a licitação garante ampla concorrência e transparência no processo de contratação.

4.3. Possibilidade de compra ou locação dos bens:

a) Neste contexto, não se trata de aquisição de bens de uso comum, mas sim de contratação de serviços especializados, ou seja, a Prefeitura de Bayeux-PB necessita de uma agência de publicidade para a prestação de serviços criativos e estratégicos, como campanhas publicitárias, produção de peças, gestão de mídia e outras ações relacionadas à divulgação institucional. A contratação será realizada através de processo licitatório, e não por compra ou locação de bens materiais.

4.4. Das opções existentes no mercado:

Após análise do mercado, identificaram-se as seguintes possibilidades para a contratação de uma agência de publicidade para a Prefeitura Municipal de Bayeux-PB:

4.4.1. Licitação para Contratação de Serviços:

A Prefeitura pode realizar uma licitação pública para a contratação de uma agência de publicidade, utilizando a modalidade Concorrência, conforme a natureza e o valor do contrato. A licitação garantirá transparência, isonomia e a competitividade entre os fornecedores, permitindo que as melhores propostas sejam selecionadas para atender às necessidades da Prefeitura. Conforme Orientação do Sindicato das Agências de Propaganda do ano de 2025, as modalidades a serem adotadas são as definidas pelo artigo 5º, da Lei nº 12.232/10.

4.4.2. Contratação por Dispensa de Licitação (em casos excepcionais):

Em situações excepcionais previstas em lei, como em casos de emergência ou quando há apenas uma agência capaz de prestar o serviço de maneira exclusiva, a Prefeitura poderia contratar uma agência de publicidade por dispensa de licitação. No entanto, essa modalidade é restrita a situações bem definidas pela legislação e deve ser usada com cautela para evitar questionamentos sobre a legalidade e a transparência do processo.

4.3. Da solução de mercado viável para presente necessidade:

Após análise de mercado e das opções legalmente previstas, verifica-se que a contratação de uma agência de publicidade pela Prefeitura Municipal de Bayeux-PB deve ocorrer, preferencialmente, por meio de licitação na modalidade Concorrência, tendo como critério de escolha melhor técnica e menor preço, sendo a licitação para a contratação de serviços especializados a opção mais vantajosa por diversas razões a seguir dispostas:

4.3.1. Economia de Tempo e Recursos:

Ao realizar a licitação para a contratação de uma agência de publicidade, o município estabelece um processo único para selecionar o fornecedor, o que economiza tempo e recursos que seriam gastos com novos processos licitatórios sempre que houver necessidade de contratação de serviços publicitários. Após a escolha da agência

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

vencedora, o município poderá contratar os serviços conforme a necessidade, sem a exigência de novos processos licitatórios.

**4.3.2. Flexibilidade nas Contratações:**

A licitação permite à Prefeitura de Bayeux-PB adquirir os serviços publicitários conforme a demanda. Não há necessidade de realizar uma nova licitação a cada necessidade de campanha, pois as contratações podem ser feitas dentro do prazo de validade do contrato com a agência contratada, garantindo maior flexibilidade na execução das ações publicitárias.

**4.3.3. Previsibilidade Orçamentária:**

Com a licitação, é possível estabelecer um valor claro para os serviços de publicidade, o que facilita o planejamento e a previsão orçamentária. Dessa forma, o município poderá alinhar os custos das campanhas de acordo com o orçamento disponível para o ano, evitando surpresas e garantindo que as campanhas sejam realizadas de forma eficiente dentro dos limites financeiros.

**4.3.4. Redução de Burocracia:**

Ao optar pela licitação para contratar a agência de publicidade, a Prefeitura de Bayeux-PB reduz a burocracia envolvida no processo, pois a licitação é uma única etapa formal para escolher o prestador de serviço. Uma vez contratada, a agência poderá executar as ações publicitárias sem a necessidade de novos processos burocráticos a cada campanha.

**4.3.5. Competitividade e Melhoria na Qualidade do Serviço:**

A licitação garante que as propostas das agências de publicidade sejam avaliadas com base em critérios técnicos e de preço, favorecendo a competitividade entre as empresas. Isso resulta em propostas mais ajustadas à realidade do município, com melhores condições de custo-benefício e, principalmente, maior qualidade nas campanhas e peças publicitárias.

Portanto, a contratação por meio de licitação na modalidade concorrência é a solução mais viável para a Prefeitura Municipal de Bayeux-PB, garantindo eficiência, transparência, flexibilidade e competitividade na escolha da agência de publicidade responsável pela execução das ações de divulgação institucional.

**4.4. Consulta de mercado:**

A pesquisa de mercado para a contratação de serviços de publicidade pela Prefeitura Municipal de Bayeux-PB foi conduzida pela Diretoria de Compras, que realizou uma pesquisa prévia de mercado com empresas do setor de publicidade. Essa pesquisa permitiu constatar que os valores médios praticados pelas empresas especializadas no ramo estão em consonância com os parâmetros de preços estabelecidos na tabela de valores referenciais publicada pelo Sindicato das Agências de Propaganda da Paraíba (SINAPRO-PB).

A tabela do SINAPRO-PB é amplamente reconhecida no mercado publicitário estadual por refletir, de forma atualizada e parametrizada, os valores praticados por agências de publicidade em diversos serviços técnicos, como criação, produção gráfica, planejamento, veiculação de mídia, entre outros. Sua utilização como referência, portanto, é justificada não apenas por sua legitimidade técnica, mas também pela compatibilidade observada com os valores efetivamente praticados pelo mercado local, conforme identificado na pesquisa realizada pela Diretoria de Compras.

Além de ser um instrumento técnico confiável, a publicação do SINAPRO-PB é frequentemente utilizada por órgãos públicos, empresas privadas e profissionais da área como base legítima para a elaboração de orçamentos e contratos publicitários. A adoção dessa referência assegura padronização, transparência e coerência na

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

definição dos custos, demonstrando os percentuais de descontos aplicados pelas empresas do ramo com relação a tabela SINAPRO-PB, atendendo aos princípios da economicidade e da razoabilidade previstos na Lei nº 14.133/2021.

Dessa forma, a pesquisa prévia de mercado realizada, aliada à referência técnica da tabela do SINAPRO-PB, confere os elementos necessários para a estimativa de preços da contratação pretendida. Ressalta-se que o processo licitatório será conduzido com o critério de julgamento de “melhor técnica e preço”, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

Portanto, a utilização da tabela do SINAPRO-PB como balizador de precificação, validada por pesquisa de mercado realizada pela Diretoria de Compras demonstrando os percentuais de descontos praticados para referida tabela oficial da SINAPRO-PB, atende plenamente aos requisitos legais e técnicos exigidos para a elaboração da estimativa de preços, conferindo legitimidade, coerência e segurança à fase preparatória da licitação.

## **5. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

A contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, através de Licitação na Modalidade Concorrência Presencial do tipo técnica e preço, com base nas Leis nº 12.232/2010 e 14.133/2021.

A definição da Concorrência Presencial se dá em razão de que a proposta técnica terá um envelope apócrifo que será avaliado pela subcomissão técnica, e o encaminhamento via eletrônica poderia levar a identificação prévia da proposta, contrariando assim a Lei nº 12.232/2010 que estabelece que parte da proposta técnica (envelope apócrifo) deve ser julgado sem conhecimento prévio da autoria.

As interessadas em participar da licitação deverão comprovar possuir capacidade técnica, que serão explicitadas no Edital. Para participarem da licitação de publicidade, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria, sendo necessário possuir o Certificado do CENP ou outra entidade equivalente, legalmente reconhecida.

Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento 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.

A contratação será realizada mediante contrato, podendo ser prorrogado, com fulcro no art. 106 da Lei 14.133/2021, por ser os serviços de publicidade considerados de natureza continuada.

No presente caso, a contratação almeja abranger os serviços de publicidade seguindo como parâmetro para julgamento das propostas o Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação com especificações e pontuações a serem discriminadas no Projeto Básico.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

No que se refere à estratégia de comunicação e divulgação das campanhas, é preciso ressaltar que, quando da escolha do veículo de comunicação pela empresa, será necessário salvaguardar os princípios da eficiência e da efetividade, o primeiro em relação ao custo benefício, bem como o alcance que a campanha terá com o tipo de publicidade escolhida e veículo de comunicação, e o segundo em razão dos efeitos e impactos que a mídia escolhida trará para a divulgação do ato e, reflexamente, do interesse público.

No que diz respeito à continuidade do serviço de publicidade, considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária desta Prefeitura, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer à execução de um dos serviços mais importantes, qual seja manter a sociedade informada sobre as ações e práticas da prefeitura, em observância ao princípio da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a Assessoria de Comunicação impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional. Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente constar a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, de acordo com o art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

Outrossim, no que tange à subcontratação, essa será permitida por intermédio das agências de propaganda contratadas para obter os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realizar a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010. Entretanto, as agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada.

Por fim, registre-se que a presente contratação não possui especificidades que impliquem na necessidade de transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas.

## **6. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

Após o levantamento de mercado concluímos que a solução é a realização de processo licitatório na modalidade concorrência, conforme preceitua o regramento legal para: **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDÉIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL**, pelo período de 12 meses, podendo ser aditivado nos moldes da Lei Federal nº 14.133/21.



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

O art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”. Assim, dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a “técnica e preço”, uma vez que se levará em consideração a técnica com o melhor preço ofertado, o que irá gerar uma maior economicidade para a Administração Pública Municipal.

Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda, que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento 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.

Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações não exige o termo de referência e/ou projeto executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos.

Registre-se que o Briefing deve ser parte integrante do edital de licitação, posto que estabelecerá as informações para que os licitantes elaborem suas propostas. Assim, deverá estar anexo ao termo de referência, que por seu turno, conterá as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados. O edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar o Briefing juntamente com o Termo de Referência para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

Para a Proposta de Preços, deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, bem como as condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, estabelecida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

Com base na análise relacionada aos Quesitos da Proposta de Preços, as licitantes deverão considerar os quesitos abaixo descritos, observados os percentuais máximos de honorários e mínimo de repasse estabelecidos no edital, para elaboração de suas Propostas de Preços:

I - Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Bayeux sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor.

II - Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

III - Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
- b) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) à reimpressão de peças publicitárias.

IV - Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

Por fim, de acordo com a Lei nº 12.232/2010, os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:

- a) Comissão de Contratação, a ser constituída e nomeada de acordo com a Lei nº 14.133/2021, para administrar todo o processo licitatório; e
- b) Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

## **7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES**

A fim de estimar a melhor técnica e preço, onde a qualidade técnica é tão relevante quanto o valor de cada item, não é fidedigno estimar o custo para o contrato e fazer previsão de serviços publicitários de agências por se tratar de contratação singular.

Registre-se que o objeto contratual depende das demandas institucionais no decorrer do exercício, de modo que as campanhas serão elaboradas de acordo com a necessidade do órgão.

Diferentemente dos serviços comuns, que são caracterizados por rotinas padronizadas, execução repetitiva e procedimentos técnicos previamente definidos — os quais se enquadram nos requisitos para utilização do pregão — os serviços de publicidade possuem caráter eminentemente intelectual, criativo e estratégico. Trata-se de uma prestação de natureza singular, que exige a atuação especializada de uma agência de propaganda na formulação de soluções personalizadas de comunicação, adequadas a cada necessidade concreta apresentada pela Administração Pública. Nessa lógica, o objeto não é constituído por tarefas previamente mensuráveis ou por produtos padronizados, mas por estratégias criativas e meios de comunicação variáveis, cujas definições somente se consolidarão na fase de execução contratual, após validação do órgão contratante.

Essa singularidade da contratação publicitária é expressamente reconhecida no art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o qual disciplina que o instrumento convocatório das licitações para serviços de publicidade deve atender ao disposto no art. 40 da Lei nº 8.666/1993 (que hoje equivale ao artigo 25 da Lei nº 14.133/2021) sem, contudo, exigir a apresentação de projeto básico ou executivo com todas as especificações detalhadas, conforme reforçado pelo inciso I do §2º do mesmo artigo. A ausência de projeto básico e de orçamento detalhado

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

decorre, portanto, da incompatibilidade prática e jurídica entre as exigências técnicas desse tipo de serviço e os parâmetros tradicionais de contratação pública.

Nesse sentido, o jurista Marçal Justen Filho esclarece que a não exigência de projeto básico ou de orçamento estimativo na fase preparatória das licitações publicitárias não se trata de uma omissão legislativa, mas sim de uma decisão técnica coerente com as particularidades do objeto. Como aponta o autor:

“A ausência da previsão na Lei nº 12.232/2010 sobre a elaboração de projeto básico e de orçamento detalhado não é casual. As peculiaridades do contrato de serviços de publicidade impedem a predeterminação precisa e exata das atividades e despesas a serem realizadas. Uma parcela significativa das atividades e das despesas correspondentes não comporta predeterminação em momento anterior à instauração da licitação. Somente por ocasião da execução do contrato é que a campanha publicitária será concebida. Anote-se que as ofertas apresentadas na licitação não se referem à execução de um ‘projeto básico’, nem se referem a custos previstos em um ‘orçamento detalhado’” (JUSTEN FILHO, 2020, p. 245).

Desse modo, considerando-se que a execução contratual será regida por ordens de serviço emitidas conforme as necessidades institucionais identificadas ao longo da vigência contratual, não é tecnicamente viável nem juridicamente exigível a predeterminação de quantidades ou o detalhamento das peças publicitárias no momento da licitação. A agência contratada deverá atuar de forma estratégica, conforme briefing específico elaborado pela Administração para cada demanda, observando o planejamento de comunicação, os objetivos institucionais e o público-alvo, o que reforça a singularidade, a complexidade e a imprevisibilidade do objeto. Portanto, é plenamente justificável a não aplicação de estimativas de quantidade ou de orçamento fechado nesta fase inicial, sendo suficiente, para fins de viabilidade econômica e análise de vantajosidade, a adoção da tabela de valores referenciais do SINAPRO-PB, que parametriza o custo médio dos serviços publicitários no mercado regional, garantindo segurança e isonomia na fase de julgamento da proposta financeira.

#### **8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

Com base na LRF, na referência nacional e realidade econômica do município de Bayeux-Pb, pretende-se a contratação de uma empresa, pelo período de 12 meses, com valor anual estimado de R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais), o que corresponde a aproximadamente 0,7% do orçamento anual de 2025.

O valor anual estimado foi a soma dos valores estimados por cada setor requisitante, conforme tabela abaixo:

<b>Órgão / Secretaria</b>	<b>% do total</b>	<b>Valor estimado (R\$)</b>	<b>Justificativa técnica da alocação</b>
<b>Secretaria de Saúde</b>	<b>40%</b>	<b>960.000,00</b>	Área com maior demanda de campanhas públicas, muitas vezes emergenciais e de ampla cobertura, como vacinação, combate a epidemias, orientação preventiva e informativos sobre serviços. Necessita de comunicação multicanal e constante.
<b>Secretaria de Educação</b>	<b>40%</b>	<b>960.000,00</b>	Exige campanhas amplas e planejadas para mobilizar a comunidade escolar, divulgar matrículas, transporte, resultados educacionais, programas pedagógicos e ações de conscientização, desenvolvendo em conjunto com a Sec. de Saúde a inclusão e apoio aos

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

			neurodivergentes que fazem parte da rede municipal de ensino promovendo a conscientização e prestando auxílio, sendo um serviço com alto alcance e relevância social.
<b>Gabinete da Prefeita</b>	<b>10%</b>	<b>240.000,00</b>	Responsável pela comunicação institucional e governamental, divulgação de programas estratégicos, prestação de contas e campanhas intersetoriais, garantindo transparência e aproximação da gestão com a sociedade.
<b>Secretaria de Assistência Social e Segurança Alimentar</b>	<b>10%</b>	<b>240.000,00</b>	Necessária para mobilização de públicos em vulnerabilidade, divulgação de benefícios, combate à fome e serviços de acolhimento, com comunicação direcionada mas socialmente prioritária.
	<b>100%</b>	<b>R\$ 2.400,00</b>	

O valor indicado acima serve apenas como parâmetro para identificar o custo total da contratação e obedeceu aos requisitos do art. 23, da Lei n° 14.133/2021 e do Decreto Municipal que regulamenta a matéria. O valor tem como base a literatura técnica que indica entre 0,3% e 1,5% do orçamento investido em comunicação por parte das gestões públicas e a realidade econômica do nosso município.

Essa abordagem proativa visa garantir que os recursos estejam prontamente disponíveis para atender às demandas futuras, alinhando-se de forma precisa com as expectativas e necessidades identificadas pelos órgãos competentes. Essa prudência na gestão quantitativa reflete o compromisso em assegurar uma abordagem previdente diante das projeções de consumo, promovendo a eficácia e a eficiência na utilização dos recursos disponíveis.

Ademais, os valores que serão pagos pelos trabalhos de criação interna serão baseados na tabela do SINAPRO-PB do ano em exercício com os descontos a serem fixados; no que se referem aos serviços de produção serão estabelecidos percentuais, tendo como base ampla pesquisa de preço. Outrossim, quanto aos valores pagos de veiculação, deve-se levar em consideração os regramentos das normas de publicidade estabelecidas pelo CENP e pelas demais entidades reconhecidas legalmente.

Para garantir a economicidade e o melhor aproveitamento dos recursos públicos, serão consideradas referências como:

- a) Contratos anteriores da Prefeitura Municipal de Bayeux e de outros entes públicos;
- b) Tabelas referenciais de preços do setor publicitário, como a do SINAPRO-PB;
- c) Orçamentos prévios obtidos junto a fornecedores do setor.

## **9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO**

O parcelamento do objeto da presente contratação, consistente na prestação de serviços especializados de publicidade e propaganda, não se mostra técnica nem operacionalmente viável, tampouco vantajoso para a Administração Pública, razão pela qual sua execução por meio de um único contrato é a forma mais eficiente e adequada ao interesse público.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

A natureza do objeto publicitário exige que todas as etapas — que vão desde o planejamento estratégico de comunicação, passando pela criação das peças e definição de meios, até a produção e acompanhamento das campanhas — sejam conduzidas de forma integrada, contínua e harmônica. A fragmentação dessas atividades entre diferentes fornecedores comprometeria a coesão conceitual, estética e estratégica das ações de comunicação, além de gerar sobreposição de esforços, duplicidade de estruturas e aumento dos custos operacionais. A divisão em lotes, nesse caso, traria riscos concretos de perda de uniformidade nas campanhas, inconsistências na identidade institucional e ineficiência na gestão dos contratos, o que se mostra incompatível com os princípios da economicidade, eficiência e interesse público.

Adicionalmente, a comunicação institucional requer unidade temática, linguagem padronizada, conhecimento acumulado sobre os objetivos da gestão e histórico das ações realizadas, elementos que só podem ser devidamente assegurados com a centralização do serviço em uma única agência de publicidade. A manutenção de um único fornecedor permite à Administração preservar uma linha comunicacional coerente, fortalecer a imagem institucional e garantir maior controle sobre os resultados.

É importante destacar que os serviços publicitários constituem um conjunto de atividades interdependentes, que se complementam técnica e logicamente, sendo, portanto, inidôneos para divisão por sua natureza indivisível. Trata-se de um objeto que, embora envolva múltiplas entregas (campanhas, peças gráficas, spots, vídeos, mídia digital etc.), possui finalidade única e indissociável: a comunicação institucional do Município. Assim, não se trata de um caso em que o parcelamento do objeto aumentaria a competitividade ou traria ganhos de eficiência.

Dessa forma, nos termos do art. 23, §1º, da Lei nº 14.133/2021, e com base no entendimento consolidado da jurisprudência e da doutrina especializada, justifica-se a não adoção do parcelamento do objeto, uma vez que sua divisão não é técnica, operacional ou economicamente vantajosa. Ao contrário, a unificação da execução contratual em uma única agência especializada garante melhores resultados, maior controle da qualidade e alinhamento estratégico, sendo, portanto, a solução mais eficaz para atender às necessidades da Prefeitura Municipal de Bayeux-PB.

## **10. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS**

Com a contratação dos serviços especializados de publicidade e propaganda, a Prefeitura Municipal de Bayeux-PB pretende alcançar uma série de resultados estratégicos, voltados à qualificação da comunicação institucional, à ampliação do diálogo com a sociedade e ao fortalecimento da imagem pública da gestão municipal. O principal objetivo é assegurar que as ações, programas, serviços e campanhas promovidos pela Administração sejam divulgados de forma clara, acessível, eficiente e integrada, por meio de instrumentos técnicos que permitam atingir diferentes públicos e canais de comunicação, respeitando as particularidades sociais, culturais e territoriais do Município.

Espera-se que, por meio da atuação de uma agência especializada, a Prefeitura possa desenvolver campanhas publicitárias criativas, planejadas e direcionadas, capazes de informar, orientar e mobilizar a população sobre temas de interesse coletivo, como vacinação, educação, saúde preventiva, meio ambiente, arrecadação, obras públicas, assistência social e outros serviços essenciais prestados pelo Poder Público. A comunicação institucional, neste contexto, torna-se instrumento fundamental para a promoção da cidadania, da transparência administrativa e do fortalecimento do vínculo entre o governo municipal e os cidadãos.

Além disso, a atuação técnica da agência permitirá à Administração Municipal aprimorar o planejamento de suas ações comunicacionais, com maior profissionalismo e controle sobre os resultados obtidos, permitindo o

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

uso mais racional dos recursos públicos destinados à publicidade. O acompanhamento sistemático das campanhas, a mensuração dos indicadores de desempenho e a avaliação contínua da efetividade das estratégias adotadas possibilitarão uma gestão mais eficiente da comunicação pública, alinhada às boas práticas do setor.

Com a contratação, pretende-se ainda consolidar uma identidade visual institucional coerente, construir uma imagem pública positiva da Prefeitura e fomentar uma percepção mais clara e confiável das ações governamentais junto à sociedade. Em última instância, os resultados esperados incluem o aumento da participação popular, o engajamento da comunidade nas políticas públicas, a melhoria da prestação de serviços públicos e o cumprimento dos princípios constitucionais da publicidade, eficiência, legalidade e moralidade administrativa.

## **11. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO**

### **11.1. Previamente à publicação do Edital e fase externa do certame**

Elaboração de Termo de Referência contendo *Briefing* de campanha simulada (proposta técnica) a ser utilizada como critério de julgamento, juntamente com a proposta de preço dos licitantes participantes do processo licitatório para contratação do objeto, tendo em vista que conforme acima já explanado o critério de julgamento que melhor atende a administração é a de melhor técnica e menor preço.

Nos termos do artigo 10, § 1º da Lei Federal nº 12.232/2010, as propostas técnicas dos licitantes 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.

Deste modo, a administração antes de proceder com a fase externa do certame deverá realizar chamamento público para que os interessados e aptos possam se inscrever para o sorteio da composição da subcomissão técnica.

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.

O chamamento público para escolha da subcomissão técnica deve ser realizado observando-se a Lei Federal nº 12.232/2010 e demais aplicáveis à espécie.

### **11.2. Previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual:**

Não se aplica, uma vez que antes da celebração do contrato, não foram identificadas necessidades de capacitação, ou de adequação do ambiente para execução contratual, uma vez que os serviços serão executados na sede da contratada.

Registre-se que será nomeado, através de portaria, fiscal da contratação, para gerir e fiscalizar o contrato, receber as faturas, conferir com os dados dos serviços as serem executados e atestar sua conformidade.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

Não se faz necessária a realização de contratações correlatas e/ou interdependentes para a viabilidade e contratação desta demanda.

**13. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS**

A contratação de uma agência de publicidade pela Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb pode gerar alguns impactos ambientais, como a geração de resíduos sólidos a partir de materiais publicitários físicos, consumo de energia para campanhas digitais, uso de materiais não sustentáveis e poluição visual. Além disso, o transporte de materiais pode resultar na emissão de CO<sub>2</sub>. No entanto, esses impactos podem ser minimizados por meio de práticas sustentáveis, como a utilização de materiais recicláveis e biodegradáveis, priorização da publicidade digital, reciclagem de materiais ao fim das campanhas e uso de energia renovável. O planejamento eficiente e o monitoramento das campanhas também são essenciais para reduzir os impactos ambientais, promovendo uma gestão pública mais responsável e sustentável.

Desse modo, sugerimos a inclusão da seguinte cláusula na minuta contratual como sendo obrigação da contratada: a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

**14. MAPEAMENTO DE RISCOS E MITIGAÇÕES**

O mapeamento de riscos permite a identificação, avaliação e gerenciamento dos riscos que possam comprometer o sucesso da contratação e da gestão contratual. Para cada risco identificado, define-se: a probabilidade de ocorrência dos eventos, os possíveis danos potenciais, possíveis ações preventivas e contingências, bem como a identificação de responsáveis por ação.

Após a identificação e classificação, deve-se executar uma análise qualitativa e quantitativa dos riscos. A análise quantitativa dos riscos consiste na classificação conforme a relação entre a probabilidade e o impacto. Tal classificação resultará no nível do risco e direcionará as ações relacionadas aos riscos durante a fase de planejamento e gestão do contrato.

A tabela a seguir apresenta uma síntese dos riscos de planejamento e de gestão dos serviços identificados e classificados neste documento.

Riscos do processo de contratação e da execução:

<b>RISCO 1</b>	<b>QUESTIONAMENTOS EXCESSIVOS NA LICITAÇÃO</b>
Probabilidade	Alta
Impacto	Médio
Dano	Legitimidade de a licitação ser colocada em questão
Ação Preventiva	- Definir as regras gerais da contratação de forma clara no Termo de Referência e atentar à legislação vigente.
Ação de Contingência	- Estudar e aplicar a legislação ao caso concreto.
<b>Risco 2</b>	Preços inexequíveis
Probabilidade	Baixa
Impacto	Alta

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

Dano	Inexecução do contrato
Ação Preventiva	Inserir no edital os limites para presunção da inexequibilidade.
Ação de Contingência	Verificar e diligenciar em casos de indícios de inexequibilidade.
<b>Risco 3</b>	Contratada se recusar a assinar o contrato.
Probabilidade	Baixa
Impacto	Médio
Dano	A(s) contratada(s) podem não assinar o(s) contrato(s) devido a prática de mergulho.
Ação Preventiva	Definir punição no Termo de Referência para empresa contratada que não assinar o contrato dentro do prazo estipulado.
Ação de Contingência	Convocar segundo colocado e punir os licitantes que descumpriram a avença.
<b>Risco 3</b>	Incapacidade da empresa vencedora em executar o contrato.
Probabilidade	Baixa
Impacto	Alto
Dano	Atraso na prestação de serviços
Ação Preventiva	Sanções e os requisitos de qualidade que sejam condizentes com a importância dos fornecimentos a serem prestados. - Colocar regra no Termo de Referência que, em caso de inexecução parcial ou total do contrato, a segunda colocada poderá ser contratada. - Exigir documentação comprobatória que a licitante já prestou serviços semelhante ao contratado.
Ação de Contingência	Gestão/Fiscalização do contrato com aplicação de sanções previstas quando ocorrer alguma falha contratual e, em último caso, cancelar contrato e adjudicar novo fornecedor ou promover nova licitação.
<b>Risco 4</b>	Prestação de serviços sem qualidade
Probabilidade	Baixa
Impacto	Alto
Dano	Prejuízos de cunho administrativo, saúde e financeiro.
Ação Preventiva	Exigência de comprovação de qualificação técnica da contratada.
Ação de Contingência	Adjudicar novo fornecedor ou promover nova licitação.

**15. EQUIPE DE PLANEJAMENTO**

NOME	CARGO	MATRÍCULA
Luciana Amaral de castro	Assessora Executiva	2112705
Pedro Henrique Guedes Barbosa	Diretor de Comunicação Social	2112767
Wendel De Araújo Vicente	Secretário de Comunicação Social	2112700

**16. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE**

Com base no presente Estudo Técnico Preliminar a discutida contratação se mostra plenamente adequada para atender à necessidade da Prefeitura Municipal de Bayeux. A publicidade desempenha um papel estratégico na promoção da transparência e na disseminação de informações essenciais à população, alinhando-se ao princípio constitucional da publicidade e às exigências legais aplicáveis.



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

A opção pela licitação na modalidade concorrência pública, do tipo técnica e preço, assegura a seleção de uma agência qualificada, garantindo qualidade na execução dos serviços e otimização dos recursos públicos. A contratação permitirá maior alcance da comunicação institucional, engajamento do público-alvo e divulgação eficiente das ações governamentais.

Assim, recomenda-se o presente processo licitatório, garantindo a legalidade, eficiência e economicidade da contratação, com o devido acompanhamento da administração pública para o cumprimento das finalidades estabelecidas.

Em face do exposto acima, conclui-se pela viabilidade da contratação nos moldes acima evidenciados.

São anexos do presente ETP os seguintes documentos:

Anexo I - Revista do Sindicato das Agências de Propaganda da Paraíba (SINAPRO-PB);

Anexo II – Pesquisa de Mercado elaborada pela Diretoria de Compras de Bayeux-Pb;

Anexo III - Dotação orçamentária.

Bayeux/PB, 18 de Agosto de 2025.

---

***Luciana Amaral de castro***

Chefia de Gabinete

Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

***Silvia Sales***

Diretora Administrativo Financeira Sec. de Educação

Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

***Pollyanna Oliveira Formiga de Carvalho***

Coordenadora da Atenção Primária à Saúde

Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

***Rafael Evellen Gonçalves de Lima Lopes***

Diretor de Segurança Alimentar e Nutricional

Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

***Wendel de Araújo Vicente***

Secretário Municipal de Comunicação

Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**ANEXO XIII**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

**I- DEFINIÇÃO DO OBJETO, INCLUÍDOS SUA NATUREZA, OS QUANTITATIVOS, O PRAZO DO CONTRATO E, SE FOR O CASO, A POSSIBILIDADE DE SUA PRORROGAÇÃO;**

**1. Definição Do Objeto**

1.1. CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, PARA ATENDER AS NECESSIDADES DO MUNICÍPIO DE BAYEUX-PB, através de licitação, na modalidade “concorrência”, com critério de julgamento “técnica e preço”.

1.2 Também fazem parte do objeto do certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.2.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do subitem 1.1.1 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.

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

1.2.4 O planejamento, previstos no subitem 1.2, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.3 É vedado incluir outros serviços não previstos nos itens 1 e 1.2, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

1.3.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.3.2 Os patrocínios publicitários, mencionados no item 1.3.1, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

1.3 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

1.4 A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.5 A AGÊNCIA realizará os serviços internos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores.

1.6 A AGÊNCIA atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE.

1.7 A AGÊNCIA contratada deve manter, à frente dos serviços, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a AGÊNCIA perante o CONTRATANTE.

1.8 A Contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área para atender todas as necessidades solicitadas por parte da CONTRATANTE, de modo a garantir a qualidade e eficácia dos trabalhos desenvolvidos conforme todas as exigências constantes nesse instrumento.

## **2. Estimativa das Quantidades**

2.1. A fim de estimar a melhor técnica e preço, onde a qualidade técnica é tão relevante quanto o valor de cada item, não é fidedigno estimar o custo para o contrato e fazer previsão de serviços publicitários de agências por se tratar de contratação singular.

2.2. Registre-se que o objeto contratual depende das demandas institucionais no decorrer do exercício, de modo que as campanhas serão elaboradas de acordo com a necessidade do órgão.

2.3. Diferentemente dos serviços comuns, que são caracterizados por rotinas padronizadas, execução repetitiva e procedimentos técnicos previamente definidos — os quais se enquadram nos requisitos para utilização do pregão — os serviços de publicidade possuem caráter eminentemente intelectual, criativo e estratégico. Trata-se de uma prestação de natureza singular, que exige a atuação especializada de uma agência de propaganda na formulação de soluções personalizadas de comunicação, adequadas a cada necessidade concreta apresentada pela Administração Pública. Nessa lógica, o objeto não é constituído por tarefas previamente mensuráveis ou por produtos padronizados, mas por estratégias criativas e meios de comunicação variáveis, cujas definições somente se consolidarão na fase de execução contratual, após validação do órgão contratante.

2.4. Essa singularidade da contratação publicitária é expressamente reconhecida no art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o qual disciplina que o instrumento convocatório das licitações para serviços de publicidade deve atender ao disposto no art. 40 da Lei nº 8.666/1993 (que hoje equivale ao artigo 25 da Lei nº 14.133/2021) sem, contudo, exigir a apresentação de projeto básico ou executivo com todas as especificações detalhadas, conforme reforçado pelo inciso I do §2º do mesmo artigo. A ausência de projeto básico e de orçamento

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

detalhado decorre, portanto, da incompatibilidade prática e jurídica entre as exigências técnicas desse tipo de serviço e os parâmetros tradicionais de contratação pública.

2.5. Nesse sentido, o jurista Marçal Justen Filho esclarece que a não exigência de projeto básico ou de orçamento estimativo na fase preparatória das licitações publicitárias não se trata de uma omissão legislativa, mas sim de uma decisão técnica coerente com as particularidades do objeto. Como aponta o autor:

“A ausência da previsão na Lei nº 12.232/2010 sobre a elaboração de projeto básico e de orçamento detalhado não é casual. As peculiaridades do contrato de serviços de publicidade impedem a predeterminação precisa e exata das atividades e despesas a serem realizadas. Uma parcela significativa das atividades e das despesas correspondentes não comporta predeterminação em momento anterior à instauração da licitação. Somente por ocasião da execução do contrato é que a campanha publicitária será concebida. Anote-se que as ofertas apresentadas na licitação não se referem à execução de um ‘projeto básico’, nem se referem a custos previstos em um ‘orçamento detalhado’” (JUSTEN FILHO, 2020, p. 245).

2.6. Desse modo, considerando-se que a execução contratual será regida por ordens de serviço emitidas conforme as necessidades institucionais identificadas ao longo da vigência contratual, não é tecnicamente viável nem juridicamente exigível a predeterminação de quantidades ou o detalhamento das peças publicitárias no momento da licitação. A agência contratada deverá atuar de forma estratégica, conforme briefing específico elaborado pela Administração para cada demanda, observando o planejamento de comunicação, os objetivos institucionais e o público-alvo, o que reforça a singularidade, a complexidade e a imprevisibilidade do objeto.

2.7. Portanto, é plenamente justificável a não aplicação de estimativas de quantidade ou de orçamento fechado nesta fase inicial, sendo suficiente, para fins de viabilidade econômica e análise de vantajosidade, a adoção da tabela de valores referenciais do SINAPRO-PB, que parametriza o custo médio dos serviços publicitários no mercado regional, garantindo segurança e isonomia na fase de julgamento da proposta financeira.

### **3. Dos Prazos e das Prorrogações**

3.1. O prazo de vigência do contrato, será de 12 (doze) meses, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado na forma do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.2. No interesse da Contratante, o valor inicial atualizado do Contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), nos termos do artigo 125 da Lei 14.133/2021.

3.3. A licitante vencedora fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições licitadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários.

## **II- FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO, CONFORME ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

### **4. Fundamentação Da Contratação**

4.1. A contratação de serviços especializados de publicidade e propaganda pela Prefeitura Municipal de Bayeux-PB justifica-se de forma inequívoca diante da inexistência de contrato vigente para esse fim. O último processo licitatório para contratação do citado objeto foi realizado na modalidade Concorrência nº 00002/2029, tendo gerado o Contrato Administrativo nº 00091/2019, o qual não pode mais ser aditivado em razão de ter alcançado o limite de aditivos de prazo, e atualmente o Município encontra-se sem contrato, ou seja, sem

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

cobertura legal e técnica para a execução de atividades de comunicação institucional, o que compromete severamente a atuação da Administração Pública na promoção de suas ações, programas e campanhas.

4.2. A ausência de serviços de publicidade restringe a capacidade do Poder Executivo Municipal de cumprir obrigações constitucionais e legais, como a transparência dos atos administrativos, a prestação de contas à população e a divulgação clara e acessível de informações de interesse público. Tal limitação afeta diretamente a imagem institucional da gestão e reduz a efetividade das políticas públicas, especialmente nas áreas de saúde, educação, mobilidade urbana, arrecadação e assistência social, cujas ações frequentemente exigem ampla divulgação e mobilização da sociedade.

4.3. A contratação de uma agência especializada é fundamental para garantir que as ações de comunicação do Município sejam conduzidas com base em critérios técnicos, criativos e estratégicos. Uma agência qualificada é capaz de desenvolver campanhas integradas, planejadas e direcionadas a públicos específicos, utilizando-se de diversos meios – digitais, impressos, radiofônicos, televisivos, entre outros – para maximizar o alcance e a efetividade da mensagem institucional. Tais serviços compreendem, entre outros, a elaboração de conceitos e peças publicitárias, o planejamento e execução de mídia, o acompanhamento de resultados e o apoio em situações emergenciais que demandem resposta comunicacional imediata.

4.4. A vantajosidade da contratação é evidente, na medida em que permite à Prefeitura comunicar-se de forma eficiente, coerente e transparente com a população, fortalecendo a relação institucional com os cidadãos, promovendo educação e conscientização pública e aumentando a credibilidade da gestão. Uma comunicação estratégica contribui ainda para melhorar a imagem do governo municipal, incentivar a participação popular e otimizar os recursos financeiros disponíveis, por meio de campanhas mais eficazes e bem direcionadas, com retorno mensurável.

4.5. Importante ressaltar que a comunicação pública é um dos pilares da boa governança, sendo imprescindível que ela seja conduzida com profissionalismo e embasamento técnico. A complexidade da área exige conhecimento específico, domínio de ferramentas digitais, sensibilidade social e visão estratégica. Uma agência de publicidade reúne essas competências em sua equipe multidisciplinar, sendo capaz de planejar e executar ações comunicacionais com criatividade, agilidade e foco em resultados, além de monitorar constantemente o desempenho das campanhas e propor ajustes sempre que necessário.

4.6. Entre os principais benefícios proporcionados pela contratação de uma agência, destacam-se: agilidade e economia de tempo, com a centralização das ações em um parceiro técnico especializado; maior qualidade técnica, com profissionais experientes em criação, mídia, planejamento e produção; economia e otimização de recursos públicos, com campanhas mais eficazes e segmentadas; visão externa e estratégica, com propostas inovadoras e alinhadas às tendências de comunicação pública; fortalecimento da imagem institucional e aproximação da população com a gestão municipal.

4.7. Por fim, destaca-se que a contratação é medida necessária, uma vez que, sem um contrato ativo, a Prefeitura encontra-se impossibilitada de divulgar suas ações oficiais de forma adequada, o que prejudica a transparência, o direito à informação e a relação da Administração com a população. A ausência de comunicação institucional compromete não apenas a visibilidade das políticas públicas, mas também a capacidade da gestão de responder de forma eficaz a demandas sociais emergentes.

4.8. Diante do exposto, é plenamente justificada e necessária a realização de nova contratação de serviços de publicidade e propaganda, com respaldo legal na Lei nº 12.232/2010, e planejamento amparado pela Lei nº 14.133/2021, visando restabelecer a capacidade comunicacional do Município e assegurar o cumprimento dos

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

princípios da administração pública, como legalidade, publicidade, eficiência e economicidade. Trata-se de uma medida estratégica, técnica e institucional, que fortalece o papel da Prefeitura de Bayeux como promotora do interesse público e agente ativo na construção de uma gestão mais participativa, transparente e eficiente.

4.9. Objeto a ser contratado: O objeto a ser contratado é a prestação de serviços de propaganda e publicidade institucional, conforme a Lei 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da Prefeitura Municipal do Bayeux-Pb. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo. Também devem fazer parte do objeto do certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

4.10. Ressalte-se que as pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do parágrafo anterior terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Soledade, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

4.11. Outrossim, 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. Além do que, deve ser vedado incluir outros serviços não previstos nos itens acima, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

4.12. Por fim, registre-se que não se incluem no conceito de patrocínio, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação. Os patrocínios publicitários que não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

### **III- DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO, CONSIDERADO TODO O CICLO DE VIDA DO OBJETO**

---

#### **5. Descrição da Solução Como Um Todo**

5.1. A contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, através de Licitação na Modalidade Concorrência Presencial do tipo técnica e preço, com base nas Leis nº 12.232/2010 e 14.133/2021.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

5.2. A definição da Concorrência Presencial se dá em razão de que a proposta técnica terá um envelope apócrifo que será avaliado pela subcomissão técnica, e o encaminhamento via eletrônica poderia levar a identificação prévia da proposta, contrariando assim a Lei nº 12.232/2010 que estabelece que parte da proposta técnica (envelope apócrifo) deve ser julgado sem conhecimento prévio da autoria.

5.3. As interessadas em participar da licitação deverão comprovar possuir capacidade técnica, que serão explicitadas no Edital. Para participarem da licitação de publicidade, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria, sendo necessário possuir o Certificado do CENP ou outra entidade equivalente, legalmente reconhecida.

5.4. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento 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.

5.5. A contratação será realizada mediante contrato, podendo ser prorrogado, com fulcro no art. 106 da Lei 14.133/2021, por ser os serviços de publicidade considerados de natureza continuada.

5.6. No presente caso, a contratação almeja abranger os serviços de publicidade seguindo como parâmetro para julgamento das propostas o Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação com especificações e pontuações a serem discriminadas no Projeto Básico.

5.7. No que se refere à estratégia de comunicação e divulgação das campanhas, é preciso ressaltar que, quando da escolha do veículo de comunicação pela empresa, será necessário salvaguardar os princípios da eficiência e da efetividade, o primeiro em relação ao custo benefício, bem como o alcance que a campanha terá com o tipo de publicidade escolhida e veículo de comunicação, e o segundo em razão dos efeitos e impactos que a mídia escolhida trará para a divulgação do ato e, reflexamente, do interesse público.

5.8. No que diz respeito à continuidade do serviço de publicidade, considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária desta Prefeitura, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer à execução de um dos serviços mais importantes, qual seja manter a sociedade informada sobre as ações e práticas da prefeitura, em observância ao princípio da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

5.9. Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a Assessoria de Comunicação impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional. Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente constar a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, de acordo com o art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

5.10. Outrossim, no que tange à subcontratação, essa será permitida por intermédio das agências de propaganda contratadas para obter os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realizar a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010. Entretanto, as agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada.

5.11. Por fim, registre-se que a contratação não possui especificidades que impliquem na necessidade de transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas.

#### **IV- REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

---

##### **6. Requisitos da Contratação**

6.1. A contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, através de Licitação na Modalidade Concorrência Presencial do tipo técnica e preço, com base nas Leis nº 12.232/2010 e 14.133/2021.

6.2. A definição da Concorrência Presencial se dá em razão de que a proposta técnica terá um envelope apócrifo que será avaliado pela subcomissão técnica, e o encaminhamento via eletrônica poderia levar a identificação prévia da proposta, contrariando assim a Lei nº 12.232/2010 que estabelece que parte da proposta técnica (envelope apócrifo) deve ser julgado sem conhecimento prévio da autoria.

6.3. As interessadas em participar da licitação deverão comprovar possuir capacidade técnica, que serão explicitadas no Edital. Para participarem da licitação de publicidade, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria, sendo necessário possuir o Certificado do CENP ou outra entidade equivalente, legalmente reconhecida.

6.4. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento 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.

6.5. A contratação será realizada mediante contrato, podendo ser prorrogado, com fulcro no art. 106 da Lei 14.133/2021, por ser os serviços de publicidade considerados de natureza continuada.

6.6. No presente caso, a contratação almeja abranger os serviços de publicidade seguindo como parâmetro para julgamento das propostas o Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação com especificações e pontuações a serem discriminadas no Projeto Básico.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

6.7. No que se refere à estratégia de comunicação e divulgação das campanhas, é preciso ressaltar que, quando da escolha do veículo de comunicação pela empresa, será necessário salvaguardar os princípios da eficiência e da efetividade, o primeiro em relação ao custo benefício, bem como o alcance que a campanha terá com o tipo de publicidade escolhida e veículo de comunicação, e o segundo em razão dos efeitos e impactos que a mídia escolhida trará para a divulgação do ato e, reflexamente, do interesse público.

6.8. No que diz respeito à continuidade do serviço de publicidade, considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária desta Prefeitura, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer à execução de um dos serviços mais importantes, qual seja manter a sociedade informada sobre as ações e práticas da prefeitura, em observância ao princípio da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

6.9. Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a Assessoria de Comunicação impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional. Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente constar a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, de acordo com o art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

6.10. Outrossim, no que tange à subcontratação, essa será permitida por intermédio das agências de propaganda contratadas para obter os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realizar a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010. Entretanto, as agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada.

6.11. Por fim, registre-se que a contratação não possui especificidades que impliquem na necessidade de transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas.

**V- MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO: DEFINIÇÃO DE COMO O CONTRATO DEVERÁ  
PRODUZIR OS RESULTADOS PRETENDIDOS DESDE O SEU INÍCIO ATÉ O SEU  
ENCERRAMENTO**

---

**7. Modelo de Execução do Objeto e Gestão/Fiscalização do Contrato**

7.1. Após a Adjudicação/Homologação do certame, a licitante vencedora será convocada para assinar o Contrato, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a partir da convocação em imprensa oficial;

7.2. À licitante vencedora que, convocada no prazo de validade de sua proposta a assinar o termo de Contrato, vir a desistir de assinar o mesmo, serão-lhe atribuídas as penalidades previstas em Lei e neste Edital, respeitado o direito de recurso;

7.3. A futura Contratada deverá manter, durante toda a execução do Contrato, compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, respeitadas todas as condições de habilitação e qualificação aqui exigidas;

7.4. A futura Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, até os limites fixados em Lei;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- 7.5. O Contrato decorrente desta Licitação terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado conforme art.107 da Lei nº 14.133/21;
- 7.6. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.
- 7.7. Todo serviço a ser prestado pela futura Contratada deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos o qual, aprovado pela Prefeitura, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços;
- 7.8. O valor dos serviços será orçado pela futura Contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação da Prefeitura, que decidirá quanto à sua aprovação;
- 7.9. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores;
- 7.10. Os serviços serão executados pela futura Contratada, com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares, se necessários ao cumprimento do objeto licitado, e desde que previamente submetido à anuência da Contratante; nessa hipótese, a futura Contratada será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, Contratada, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;
- 7.11. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Contratante poderão fornecer ao Contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, conforme determina o art. 14 da Lei nº 12.232/2010;
- 7.12. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à 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;
- 7.13. Pertencem à 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.
- 7.14. 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;
- 7.15. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- 7.16. Todas as peças criadas, produzidas, e veiculadas, exibidas, distribuídas, divulgadas ou expostas, oriundas do Contrato e efetuadas em decorrência do mesmo, realizadas pela futura Contratada, serão de propriedade da Prefeitura, devendo ser entregues cópias das mesmas, mensalmente, à Assessoria de Comunicação, e os licitantes já deverão computar em seus preços propostos estes valores, uma vez que não poderão utilizar os mesmos, sem prévia autorização por escrito da Prefeitura;
- 7.17. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços ficarão sob a guarda da Contratada, mas disponíveis a qualquer tempo à Prefeitura, que poderá, a seu critério, requisitar novas cópias dos originais, para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.
- 7.18. A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da Prefeitura, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**VI- MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO, QUE DESCREVE COMO A EXECUÇÃO DO OBJETO SERÁ ACOMPANHADA E FISCALIZADA PELO ÓRGÃO OU ENTIDADE**

---

7.19. A execução do contrato deverá ser acompanhada pelo fiscal do contrato a ser nomeado no ato da contratação através de Portaria Oficial conforme preconiza a legislação vigente. O fiscal terá a autoridade para assegurar o cumprimento de todos os termos e condições deste contrato. Qualquer modificação na designação do fiscal deverá ser comunicada previamente por escrito às partes contratantes, a fim de garantir a continuidade da eficaz gestão do contrato.

7.20. O Gestor do contrato será ser nomeado no ato da contratação através de Portaria Oficial conforme preconiza a legislação vigente e terá a autoridade para assegurar o cumprimento de todos os termos e condições deste contrato. Qualquer modificação na designação do Gestor deverá ser comunicada previamente por escrito às partes contratantes, a fim de garantir a continuidade da eficaz gestão do contrato.

7.21. O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

7.22. O fiscal do contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência.

7.23. O fiscal do contrato será auxiliado pelos órgãos de assessoramento jurídico e de controle interno da Administração, que deverão dirimir dúvidas e subsidiá-lo com informações relevantes para prevenir riscos na execução contratual.

7.24. O contratado deverá manter preposto aceito pela Administração durante a prestação do serviço e/ou fornecimento do bem para representá-lo na execução do contrato.

7.25. O contratado será obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes de sua execução ou de produtos nela empregados.

7.26. O contratado será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo contratante.

7.27. Somente o contratado será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato.

7.28. A inadimplência do contratado em relação aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transferirá à Administração a responsabilidade pelo seu pagamento e não poderá onerar o objeto.

**VII- CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO**

---

**8. Critérios de Medição e de Pagamento, e da Garantia da Contratação**

8.1. Os pagamentos dar-se-ão da seguinte forma:

8.1.1 Valores relativos aos serviços de terceiros:

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

**a) Condição de Pagamento:** Fica estabelecido que os valores devidos com as operações com terceiros serão pagos pelo CONTRATANTE em até 10 (dez) dias úteis após a realização dos serviços e entrega das respectivas notas fiscais e demais documentos relativos ao faturamento.

**b) Condição de Faturamento:** As Notas Fiscais referentes à prestação de serviço de terceiros deverão ser entregues pela contratada na sede da Contratante. Juntamente com o documento fiscal deverá ser entregue cópia das Notas Fiscais das empresas subcontratadas pela contratada, cópias dos orçamentos, cópia das ordens de compras devidamente assinadas, cópias das autorizações de publicação devidamente assinadas e cópias dos pedidos de inserção.

**c) Forma de Pagamento:** O pagamento será efetuado mediante depósito bancário na conta corrente da CONTRATADA, descrita no contrato firmado entre as partes, sendo efetuado a retenção na fonte de tributos e contribuições descritas na legislação em vigor.

8.1.2 Valores relativos aos serviços prestados pela contratada:

**a) Condição de Pagamento:** Fica estabelecido que os valores devidos com os serviços prestados pela CONTRATADA serão pagos pelo CONTRATANTE, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços e entrega das respectivas notas fiscais e demais documentos relativos ao faturamento.

**b) Condição de Faturamento:** As Notas Fiscais deverão ser entregues pela contratada na sede da Contratante.

8.2 Para efetivação de cada pagamento, será verificada todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

8.3 Os pagamentos sofrerão as retenções de impostos, conforme legislação vigente.

8.4 Os pagamentos serão através de crédito na conta bancária da empresa contratada.

8.5 As datas citadas acima poderão sofrer alterações, mediante acordo entre as partes, em função de particularidades de alguma contratação.

8.6 Para pagamento das despesas com veiculação, deverão constar dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente.

8.6.1 Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto neste item, a contratada demonstrará essa impossibilidade, para que o contratante pondere e decida.

8.7 Além da remuneração prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.8 O desconto padrão de agência é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

8.9 O pagamento somente será efetuado após o “atesto”, pelo servidor competente, da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela CONTRATADA, condicionado à verificação da conformidade da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela CONTRATADA e do regular cumprimento das obrigações assumidas.

8.10 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que a

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

CONTRATADA providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a CONTRATANTE.

8.11 Antes do pagamento, a Contratante verificará condições de habilitação e qualificação da Contratada, especialmente quanto à regularidade fiscal, que poderá ser feita em sites oficiais, devendo seu resultado ser impresso, autenticado e juntado ao processo de pagamento.

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

8.13 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios proporcionais aos dias de atraso, apurados desde a data limite prevista para o pagamento até a data do efetivo pagamento, à taxa de 6% (seis por cento) ao ano, aplicando-se a seguinte fórmula:

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

EM = Encargos Moratórios a serem acrescidos ao valor originariamente devido

I = Índice de atualização financeira, calculado segundo a fórmula:

$$I = \frac{(6/100)}{365}$$

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

VP = Valor da Parcela em atraso

8.14. A CONTRATADA entregará ao PARTICIPANTE comprovante de garantia, na modalidade caução em dinheiro e/ou em títulos da dívida pública e/ou fiança bancária e/ou seguro-garantia e/ou título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total, no valor de 5% (cinco por cento) do valor do Contrato, como forma de garantir a perfeita execução do seu objeto.

8.15. O comprovante de garantia deverá ser entregue, no endereço da Contratante, no momento da assinatura do contrato.

Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

8.16. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua rescisão.

8.17. A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando a CONTRATANTE autorizada a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

8.18. Utilizada a garantia, a CONTRATADA obriga-se a integralizá-la no prazo de 10 (dez) dias contados da data em que for notificada formalmente pelo CONTRATANTE.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

8.19. A garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações da CONTRATADA eventualmente inadimplidas na vigência deste Contrato e da garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da garantia.

8.20. Em caso de fiança bancária, o instrumento deve:

- a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

8.21. No caso de seguro-garantia, a apólice deverá indicar:

- a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
- b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

8.22. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

8.23. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

8.24. Em caso de atualização do valor contratual estimado, o CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido neste edital, podendo admitir que seja oferecida nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades ora previstas.

8.25. Na hipótese de prorrogação do contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/21.

8.26. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

8.27. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 17.1 deste edital.

8.28. Aceita pela CONTRATANTE, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

## **VIII- FORMA E CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

---

### **9. *Forma e Critério de Seleção do Fornecedor***

9.1. A contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, através de Licitação na Modalidade Concorrência Presencial do tipo técnica e preço, com base nas Leis nº 12.232/2010 e 14.133/2021.

9.2. A definição da Concorrência Presencial se dá em razão de que a proposta técnica terá um envelope apócrifo que será avaliado pela subcomissão técnica, e o encaminhamento via eletrônica poderia levar a identificação prévia da proposta, contrariando assim a Lei nº 12.232/2010 que estabelece que parte da proposta técnica (envelope apócrifo) deve ser julgado sem conhecimento prévio da autoria.

9.3. O artigo 5º da Lei nº 12.232/2010 exige que, em licitações para serviços de publicidade, os critérios de julgamento sejam, necessariamente, melhor técnica ou técnica e preço, o que foi observado pelo município de Bayeux ao optar por esta última modalidade, garantindo a observância plena da legislação aplicável.

9.4. A realização do processo licitatório em formato presencial é plenamente possível e recomendada para preservar a integridade do certame. Esse formato assegura não apenas a inviolabilidade das informações, mas também a análise mais precisa e rigorosa das propostas apresentadas, uma vez que permite a verificação e interação direta com os licitantes, conferindo maior transparência ao processo. Ademais, a licitação presencial contará com o registro em áudio e vídeo, prática exigida pela legislação vigente, o que acrescenta um nível adicional de transparência e controle ao certame. Esse registro proporciona um histórico detalhado do procedimento, assegurando a confiança de todos os envolvidos e criando um mecanismo de auditoria eficiente.

9.5. As interessadas em participar da licitação deverão comprovar possuir capacidade técnica, que serão explicitadas no Edital. Para participarem da licitação de publicidade, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria, sendo necessário possuir o Certificado do CENP ou outra entidade equivalente, legalmente reconhecida.

9.6. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento 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.

9.7. O modelo de seleção adotado neste certame é o julgamento por Técnica e Preço, com ponderação entre a nota da proposta técnica (peso 7) e a nota da proposta de preço (peso 3).

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

Fórmula de cálculo da pontuação final (PF):

$$PF = (NPT \times 0,7) + (NPP \times 0,3)$$

Onde:

NPT = Nota da Proposta Técnica

NPP = Nota da Proposta de Preço

9.8. Para ser considerado fornecedor vencedor, a licitante deve:

- a) Ter obtido a maior Pontuação Final (PF);
- b) Estar regularmente habilitada, conforme item 15.2;
- c) Ter seus documentos aceitos na fase de habilitação;
- d) Celebrar o contrato no prazo estipulado.

9.9. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021 com o critério de julgamento Técnica e Preço, nos termos dos arts. 36 e 37 da Lei Federal nº 14.133/21, com peso 70 para a proposta técnica e peso 30 para a proposta de preços.

9.10 No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Contratação adotará os seguintes procedimentos:

- I - identificação da Nota da Proposta Técnica (NPT) de cada licitante;
- II - identificação da Nota da Proposta de Preços (NPP) de cada licitante;
- III - identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante.

9.10. Estabelecendo-se o peso 7 (sete) nas notas da proposta técnica e o peso 3 (três) nas notas da proposta de preço, a pontuação final de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula: PF (Pontuação Final) = (NPT - nota da proposta técnica X 0,7) + (NPP - nota da proposta de preço X 0,3).

9.11. Será vencedora da concorrência a licitante que mantiver as condições de participação estabelecidas no Edital e que: a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF) e b) tenha sido habilitada, observadas as disposições constantes no Edital.

9.13. Em caso de empate entre duas ou mais propostas, conforme Lei nº 14.133/2021, serão utilizados os seguintes critérios de desempate, nesta ordem:

- I - disputa final, hipótese em que os licitantes empatados poderão apresentar nova proposta em ato contínuo à classificação;
- II - avaliação do desempenho contratual prévio dos licitantes, para a qual deverão preferencialmente ser utilizados registros cadastrais para efeito de atesto de cumprimento de obrigações previstos nesta Lei;
- III - desenvolvimento pelo licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, conforme regulamento;
- IV - desenvolvimento pelo licitante de programa de integridade, conforme orientações dos órgãos de controle.

9.14. Em igualdade de condições, se não houver desempate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços produzidos ou prestados por:

- I - empresas estabelecidas no território do Estado ou do Distrito Federal do órgão ou entidade da Administração Pública estadual ou distrital licitante ou, no caso de licitação realizada por órgão ou entidade de Município, no território do Estado em que este se localize;
- II - empresas brasileiras;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

III - empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

IV - empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009.

9.15. Definido o resultado do julgamento, a Administração poderá negociar condições mais vantajosas com o primeiro colocado, conforme previsão no art. 61 da Lei nº 14.133/21.

**10. Critério de Julgamento das Propostas Técnicas**

10.1 - Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético “Desafios Municipais e a Importância da Arrecadação: IPTU e TCR 2025 em Bayeux”, conforme Briefing em anexo.

*10.2 - Do Julgamento da Proposta Técnica*

10.2.1 As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital por Subcomissão Técnica especificamente designada para este fim, conforme normativas da legislação em vigor, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

10.2.2 - Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica conforme itens a seguir, tendo cada quesito ou subquesito objetos específicos para análise.

*10.3 - Atributos de Avaliação do Plano de Comunicação Publicitária:*

10.3.1 - Raciocínio Básico – serão analisados a acuidade de compreensão e análise: a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade; b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura conforme discorre o Briefing anexo a este edital; c) das necessidades de comunicação institucional da Prefeitura para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme Briefing anexo a este edital.

10.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – serão observadas nas propostas das licitantes:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura e os seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme o Briefing anexo a este edital;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura, conforme o Briefing em anexo;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional da Prefeitura e os seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo;

g) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilização em estratégia pertinente ao desafio proposto;

h) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.

10.3.3 - Ideia Criativa – serão observadas nas propostas das licitantes:

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura conforme o Briefing em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a unidade entre as peças que compõem a campanha;
- g) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h) sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- i) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- j) a exequibilidade das peças e/ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;
- k) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos substratos midiáticos e aos públicos propostos.
- l) o manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

10.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no briefing e seus desdobramentos de target;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura;
- e) a proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;
- f) a economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
- g) a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
- h) a existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.

10.3.5 - Capacidade de Atendimento – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) A consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Prefeitura;
- b) a formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;
- c) a adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Prefeitura;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- 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 da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da licitante;

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

g) a existência de equipe dedicada/exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

10.3.6 - Repertório – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura.

10.3.7 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) a evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do briefing proposto pelo cliente;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados;
- d) a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

*10.4 - Da Pontuação da Proposta Técnica*

10.4.1 - A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

10.4.2 - Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

- a) Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação de utilidade pública da Prefeitura. – até 1,0 (um) ponto
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura em todas as áreas contempladas pelo edital. - até 2,0 (dois) pontos
- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, quanto no âmbito da linha de atuação em questão. - até 3,0 (três) pontos
- d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação. - até 4,0 (quatro) pontos

10.4.3 - Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucional da Prefeitura e a(os) seus (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação; - até 5,0 (cinco) pontos
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Prefeitura com seus públicos; - até 5,0 (cinco) pontos
- c) Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta; - até 6,0 (seis) pontos

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

d) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba; - até 4,0 (quatro) pontos

10.4.4 - Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos, da seguinte forma:

a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em briefing: - até 6,0 (seis) pontos

b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados. - até 4,0 (quatro) pontos

c) Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas. - até 7,0 (sete) pontos

10.4.5 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

a) Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio demográficos). - até 3,0 (três) pontos

b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados; - até 3,0 (três) pontos

c) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis. - até 4,0 (quatro) pontos

10.4.6 - Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura. - até 4,0 (quatro) pontos

b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura na escolha de soluções alternativas. - até 6,0 (seis) pontos

c) A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição. - até 5,0 (cinco) pontos

10.4.7 - Repertório: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa; - até 4,0 (quatro) pontos

b) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas; - até 2,0 (dois) pontos

c) Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público. - até 4,0 (quatro) pontos

10.4.8 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) A evidência de planejamento publicitário; - até 2 (dois) pontos

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta; - até 2 (dois) pontos
- c) A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios; - até 3 (três) pontos
- d) A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso. – até 3 (três) pontos.

*10.5 - Da Escala de Avaliação*

10.5.1 - Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

10.5.2 - A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

10.5.3 - Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com escala aqui proposta referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

- 1 Não abordado ou Erroneamente abordado -0% da nota máxima
- 2 Insuficientemente abordado - 30% da nota máxima
- 3 Parcialmente abordado - 50% da nota máxima
- 4 Satisfatoriamente abordado - 70% da nota máxima
- 5 Totalmente abordado - 100% da nota máxima

10.5.4 - Para efeito de avaliação do item do conteúdo de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referência os seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

Não abordado ou Erroneamente abordado - Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.

Insuficientemente abordado - Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.

Parcialmente abordado - Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Satisfatoriamente abordado - Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica.

Totalmente abordado - Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

10.5.5 - A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

10.5.6 - 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 atribuída a cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

10.5.7 - 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 desta licitação.

*10.6 - Da Desclassificação das Propostas Técnicas*

10.6.1 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do termo de referência e de seus anexos;
- b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

*10.7 Da Escala de Classificação Técnica*

10.7.1 - As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos para classificação.

*10.8 Do Empate*

10.8.1 - Se houver empate, após a análise da proposta técnica e de preços, a Comissão de Contratação observará os termos do artigo 60 da Lei Nº 14.133/2021;

**11. Critério de Julgamento das Proposta de Preços**

11.1 A Comissão Permanente de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela a seguir:

ITEM	OBJETO	NOTA
01	Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor.  Percentual Mínimo: 28%	Desconto inferior a 28%: <b>nota zero</b>  Desconto igual ou superior a 28%: <b>N = 0,5 x desconto</b>
02	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.  Percentual máximo: 9%	Honorários superior a 9%: <b>Nota = 0,00</b>  Honorários igual ou inferior a 9%: <b>N = 3,0 x (9,0 – Honorários)</b>
03	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:  I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de	Honorários superior a 7%: <b>Nota = 0,00</b>  Honorários igual ou inferior a 7%: <b>N = 3,0 x</b>

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

	avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; III. à reimpressão de peças publicitárias.  Percentual máximo: 7%	<b>(7,0 – Honorários)</b>
<b>04</b>	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.  Percentual máximo: 9%	Honorário superior a 9%: <b>Nota = 0,00</b>  Honorários igual ou inferior a 9%: <b>N = 3,0 x (9,0 – Honorários)</b>
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos <b>desconto</b> e <b>honorários</b> serão substituídos nas fórmulas da coluna <b>Nota</b> pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.		

**12. Justificativa da Vedação da Participação de Consórcio**

12.1 A vedação à participação de empresas interessadas que se apresentem constituída sob forma de consórcio se justifica na medida em que nas contratações para fornecimento comum, perfeitamente pertinente e compatível para empresas atuantes do ramo licitado, é bastante comum a participação de empresas de pequeno e médio porte, às quais, em sua maioria, apresentam o mínimo exigido no tocante a qualificação técnica-operacional e econômico-financeira, condições suficientes para a execução de contratos dessa natureza, o que não tornará restrito o universo de possíveis licitantes individuais. Tendo em vista que é prerrogativa do Poder Público, na condição de contratante, a escolha da participação, ou não, de empresas constituídas sob a forma de consórcio, com as devidas justificativas, conforme se depreende da literalidade do texto da Lei nº 14.133/2021, que em seu artigo 15 que atribui à Administração a prerrogativa de não permitir a participação de consórcios em licitações por elas promovidas, pelos motivos já expostos, conclui-se que a vedação de constituição de empresas em consórcio, para o caso concreto, é o que melhor atende o interesse público, por prestigiar os princípios da competitividade, economicidade e moralidade. Ressalte-se que a nossa decisão com relação à vedação à participação de consórcio justifica-se pelo potencial aumento de dificuldades na fiscalização do contrato, bem como pelo risco de divergências entre as empresas consorciadas, o que poderia comprometer a execução contratual, especialmente em projetos de maior complexidade ou longa duração, levando-se em conta que existem várias empresas que sozinhas podem executar o objeto da licitação ampliando a competitividade, proporcionando assim a seleção de uma proposta mais vantajosa para Administração.

**IX- ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO, ACOMPANHADAS DOS PREÇOS UNITÁRIOS REFERENCIAIS, DAS MEMÓRIAS DE CÁLCULO E DOS DOCUMENTOS QUE LHE DÃO SUPORTE, COM OS PARÂMETROS UTILIZADOS PARA A OBTENÇÃO DOS PREÇOS E PARA OS RESPECTIVOS CÁLCULOS**

**13. Estimativas do Valor da Contratação**

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

13.1. Com base na LRF, na referência nacional e realidade econômica do município de Bayeux-Pb, pretende-se a contratação de uma empresa, pelo período de 12 meses, com valor anual estimado de R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais), o que corresponde a aproximadamente 0,7% do orçamento anual de 2025.

13.2. O valor anual estimado foi a soma dos valores estimados por cada setor requisitante, conforme tabela abaixo:

<b>Órgão / Secretaria</b>	<b>% do total</b>	<b>Valor estimado (R\$)</b>	<b>Justificativa técnica da alocação</b>
<b>Secretaria de Saúde</b>	<b>40%</b>	<b>960.000,00</b>	Área com maior demanda de campanhas públicas, muitas vezes emergenciais e de ampla cobertura, como vacinação, combate a epidemias, orientação preventiva e informativos sobre serviços. Necessita de comunicação multicanal e constante.
<b>Secretaria de Educação</b>	<b>40%</b>	<b>960.000,00</b>	Exige campanhas amplas e planejadas para mobilizar a comunidade escolar, divulgar matrículas, transporte, resultados educacionais, programas pedagógicos e ações de conscientização, desenvolvendo em conjunto com a Sec. de Saúde a inclusão e apoio aos neurodivergentes que fazem parte da rede municipal de ensino promovendo a conscientização e prestando auxílio, sendo um serviço com alto alcance e relevância social.
<b>Gabinete da Prefeita</b>	<b>10%</b>	<b>240.000,00</b>	Responsável pela comunicação institucional e governamental, divulgação de programas estratégicos, prestação de contas e campanhas intersetoriais, garantindo transparência e aproximação da gestão com a sociedade.
<b>Secretaria de Assistência Social e Segurança Alimentar</b>	<b>10%</b>	<b>240.000,00</b>	Necessária para mobilização de públicos em vulnerabilidade, divulgação de benefícios, combate à fome e serviços de acolhimento, com comunicação direcionada mas socialmente prioritária.
	<b>100%</b>	<b>R\$ 2.400,00</b>	

13.3. O valor indicado acima serve apenas como parâmetro para identificar o custo total da contratação e obedeceu aos requisitos do art. 23, da Lei n° 14.133/2021 e do Decreto Municipal que regulamenta a matéria. O valor tem como base a literatura técnica que indica entre 0,3% e 1,5% do orçamento investido em comunicação por parte das gestões públicas e a realidade econômica do nosso município.

13.4. Essa abordagem proativa visa garantir que os recursos estejam prontamente disponíveis para atender às demandas futuras, alinhando-se de forma precisa com as expectativas e necessidades identificadas pelos órgãos competentes. Essa prudência na gestão quantitativa reflete o compromisso em assegurar uma abordagem previdente diante das projeções de consumo, promovendo a eficácia e a eficiência na utilização dos recursos disponíveis.

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

13.5. Ademais, os valores que serão pagos pelos trabalhos de criação interna serão baseados na tabela do SINAPRO-PB do ano em exercício com os descontos a serem fixados; no que se referem aos serviços de produção serão estabelecidos percentuais, tendo como base ampla pesquisa de preço. Outrossim, quanto aos valores pagos de veiculação, deve-se levar em consideração os regramentos das normas de publicidade estabelecidas pelo CENP e pelas demais entidades reconhecidas legalmente.

13.6. Para garantir a economicidade e o melhor aproveitamento dos recursos públicos, serão consideradas referências como:

- d) Contratos anteriores da Prefeitura Municipal de Bayeux e de outros entes públicos;
- e) Tabelas referenciais de preços do setor publicitário, como a do SINAPRO-PB;
- f) Orçamentos prévios obtidos junto a fornecedores do setor.

13.7. A pesquisa do valor referência foi obtida através da Diretoria de Compras do município, a qual segue apenas ao presente Termo, devendo ser parte integrante do processo licitatório a ser autuado pela Comissão Permanente de Licitações e Contratações Públicas de Bayeux-Pb, juntamente com a Declaração de Dotação Orçamentária obtida através da Secretaria de Finanças do município.

## **X- ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

---

### **14. Da Adequação Orçamentária**

14.1. As despesas decorrentes da execução do contrato correrão à conta dos Recursos orçamentários oriundos do Orçamento de 2025, conforme rubricas abaixo:

NATUREZA DA DESPESA: 3390.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ;  
2.010 – GABINETE DA PREFEITA;  
04.122.2002.2002 - MANUTENÇÃO DAS ATIV. DO GABINETE DA PREFEITA;  
2.060 – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO  
12.361.2005.2196 – MANUTENÇÃO DAS ATIV. ADM. DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO;  
2.090 – SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E SEGURANÇA ALIMENTAR  
04.122.2002.2053 – MANUTENÇÃO DAS ATIV. DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E  
SEGURANÇA ALIMENTAR;  
2.091 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL  
08.244.3051.2118 – MANUT. DAS ATIV. DO PROGRAMA BOLSA FAMÍLIA  
08.244.3051.2218 – MANUT. DAS ATIV. DO PROGRAMA CRIANÇA FELIZ  
08244.3038.2232 – MANUTENÇÃO DOS SERV. DA PROTEÇÃO BÁSICA – PAIF

NATUREZA DA DESPESA – 3390.00:  
3390.30 – MATERIAL DE CONSUMO  
3390.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA  
02.151 FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE – FMS  
10.122.3024.2093 – MANUTENÇÃO DO FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE.

14.2. A cada exercício financeiro, deverá ser confirmada a disponibilidade de créditos orçamentários.

### **15. Do Reajustamento**

**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

15.1. Após o período de 12 (doze) meses, os preços poderão ser reajustados pela tabela vigente da SINAPRO/PB, caso esta tenha sido reajustada.

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

15.3. O reajuste de preços dar-se-á após parecer jurídico e decisão fundamentada da Administração e se materializará mediante aditivo contratual ou simples apostilamento.

15.4. Ocorrendo o desequilíbrio econômico-financeiro do contrato, poderá ser restabelecida a relação que as partes pactuaram inicialmente, nos termos do Art. 124, Inciso II, Alínea d, da Lei 14.133/2021, mediante comprovação documental e requerimento expresso do Contratado.

15.5. O reequilíbrio econômico deverá ser precedido de pesquisa de preços prévia no mercado, banco de dados, índices ou tabelas oficiais e/ou outros meios disponíveis que assegurem o levantamento adequado das condições de mercado, envolvendo todos os elementos produtos para fins de guardar a justa remuneração do objeto contratado e no embasamento da decisão de deferir ou rejeitar o pedido.

Este Termo de Referência segue elaborado pela Chefia de Gabinete em conjunto com a Secretaria de Comunicação Social, que atua em cooperação técnica na almejada contratação.

É parte integrante do presente termo de Referência:

- PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
- PROPOSTA DE PREÇOS: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO
- BRIEFING DA CAMPANHA PARA A LICITAÇÃO

Atenciosamente,

Bayeux/PB, 20 de Agosto de 2025.

---

**Luciana Amaral de castro**  
Chefia de Gabinete  
Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

**Silvia Sales**  
Diretora Administrativo Financeira Sec. de Educação  
Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb



**ESTADO DA PARAÍBA**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAYEUX**  
**CHEFIA DE GABINETE**

---

***Pollyanna Oliveira Formiga de Carvalho***  
Coordenadora da Atenção Primária à Saúde  
Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

***Rafael Evellen Gonçalves de Lima Lopes***  
Diretor de Segurança Alimentar e Nutricional  
Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

---

***Wendel de Araújo Vicente***  
Secretário Municipal de Comunicação  
Prefeitura Municipal de Bayeux-Pb

