

TERMO DE REFERÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL-ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DA BAHIA

1. OBJETO

1.1 A presente licitação tem como objeto, a contratação de 03 (três) Agências de Propaganda para prestação de serviços publicitários, por demanda, consistentes no estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

1.1.1. No objeto, poderão ser incluídos 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 sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei n.º 12.232/2010;

b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

A CONTRATADA atuará por ordem e conta do TJBA, na contratação de fornecedores de serviços especializados, a que se refere o subitem 1.1.1 deste Termo; e de veículos e demais meios de divulgação, para veicular peças e materiais publicitários, reunidos ou não, em campanhas.

1.2 Da adjudicação a mais de uma agência

Para a prestação dos serviços nos termos do art. 2º, § 3º da Lei 12.232/10, serão contratadas três agências de propaganda. A definição do número de agências leva em consideração a dimensão, a quantidade e as características e especificidades das Comarcas do Tribunal de Justiça da Bahia, visando a necessidade de viabilizar um fluxo de trabalho que permita assegurar os resultados técnicos esperados pela administração e permitir que a administração conte com uma oferta de empresas qualificadas para o atendimento de suas necessidades dentro dos padrões técnicos adequados;

O número indicado de três agências é considerado adequado pois ao mesmo tempo em que oferece diferentes opções de fornecedores dos serviços especializados, evita o desperdício de trabalho nas seleções e no gerenciamento dos processos operacionais.

Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes da licitação, a Contratante promoverá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada no Diário de Justiça Eletrônico.



2. JUSTIFICATIVA

O acesso à informação é um direito fundamental previsto no ordenamento jurídico brasileiro. A Constituição Federal de 1988 trata do tema no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II, do § 3 do art. 37 e no § 2 do art. 216 da Constituição Federal de 1988.

Com a criação do Conselho Nacional de Justiça – CNJ, em 2004, e a consequente consolidação do planejamento estratégico nos tribunais brasileiros, a comunicação institucional ganhou importância inédita no âmbito do Poder Judiciário.

A comunicação é, comprovadamente, um instrumento fundamental de informação disponível a sociedade. É por meio de campanhas e estratégias comunicacionais que milhares de cidadãos devem ter acesso às informações de direitos e deveres, ou ainda, de ações e políticas de desenvolvimento humano. Dessa forma a Assessoria de Comunicação Social do Poder Judiciário da Bahia percebe que, por meio da ciência da comunicação, é possível ampliar os benefícios oriundos das estratégias, projetos e políticas de cidadania e justiça.

A comunicação do Poder Judiciário da Bahia baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever do judiciário informar. Nesse sentido, a comunicação do Poder Judiciário da Bahia visa cumprir e ampliar a importante função institucional de fortalecer a justiça e, conseqüentemente, a cidadania.

Assim, a comunicação social do Poder Judiciário da Bahia tem como objetivos principais:

- a) disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diversos segmentos sociais;
- b) estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento da justiça;
- c) realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- d) explicar os projetos e as políticas de justiça e cidadania proposto pelo Poder Judiciário da Bahia nas principais áreas de interesse da sociedade;
- e) promover a divulgação de projetos de justiça e cidadania;
- f) atender às necessidades de informação de clientes e usuários das entidades da administração pública indireta e das sociedades e empresas sob o controle direto e indireto do Estado;
- g) promover ações de pesquisa social quanto aos serviços disponibilizados e prestados ao cidadão;

Analisando a situação em toda a sua complexidade, constata-se a necessidade de ter um contrato no ramo publicitário para auxiliar e fortalecer a comunicação no judiciário. Desta forma, a Assessoria de Comunicação do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia solicita contratação de empresa que possa executar esse serviço, nos moldes legais vigentes.

Salientamos que a presente solicitação é de suma importância, pois visa dar melhor suporte e qualidade aos trabalhos desenvolvidos por esta Assessoria, na elaboração, produção, execução e veiculação de campanhas publicitárias para todas as mídias relacionadas diretamente aos temas de interesse deste Tribunal de Justiça.

3. ESTUDOS PRELIMINARES



Para elaboração do presente documento, foi utilizado como base a Lei 12.232 de 29 de abril de 2010.

4. VALIDADE DA PROPOSTA

4.1 O prazo de validade da proposta é de no mínimo 90 (noventa) dias consecutivos, contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação.

5. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

5.1 O valor total estimado da contratação é de R\$ 900.000,00 (Novecentos mil reais) para atender as demandas que eventualmente forem solicitadas as empresas, pelos primeiros 12 (doze) meses, para execução do Plano de Ações de Comunicação nas campanhas.

5.2 O Tribunal de Justiça reserva-se ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

6. LOCAL DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1 Os serviços de atendimento serão efetivados na sede do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, e, quando necessário, nos municípios do interior, sendo zona urbana e rural, totalizando as 203 Comarcas.

6.2 As reuniões de aprovação serão realizadas, salvo acordo de ambas as partes, na sede do PJBA.

6.3. O planejamento de mídia e não-mídia deverá prever formas de distribuição em todo o Estado da Bahia, nas diversas Comarcas do Poder Judiciário da Bahia ou em outras instituições afetas, a depender do assunto tema.

7. DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

7.1 Tendo em vista a iniciativa de realizar campanha de publicidade institucional, constar no Plano Plurianual do Poder judiciário da Bahia do quadriênio 2020-2023, o contrato a ser firmado terá vigência de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado em caso de interesse da Administração, nos termos da Lei 9.433/2005, art.140, inciso I.

8. ELEMENTOS PARA OS ENVELOPES DE PROPOSTA

8.1 Será julgada vencedora a proposta que, atendendo a todos os requisitos técnicos previstos no edital cuja oferta obtiver a maior pontuação no Plano de Comunicação Publicitária, devendo o preço proposto incluir todos os custos diretos e indiretos pertinentes, tais como: pessoal, transporte, material, impostos, despesas administrativas, encargos financeiros e seguros, se houver.

8.2 DAS PROPOSTAS – TÉCNICA

8.2.1 Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético VAMOS CONCILIAR?

8.2.2 A proposta técnica consistirá em quatro quesitos que deverão ser avaliados pela Subcomissão Técnica instituída em conformidade com o art. 10 da Lei nº 12.232/2010, com pontuação máxima de 100 (cem) pontos, a saber;



a) Plano de Comunicação – (65 pontos) a licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

a.1) Raciocínio Básico: (10 pontos) - texto elaborado em no máximo 02 (duas) laudas em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o exemplo de campanha apresentada no Briefing.

a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: (25 pontos) - texto em que a licitante apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico, de comunicação, conforme o Briefing anexo. Além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

a.3) Ideia Criativa: (20 pontos)

a.3.1) Texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um *slogan* passível de ser utilizado em campanhas do Tribunal de Justiça da Bahia.

a.3.2) Como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária de acordo com o estabelecido no briefing com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata o subitem a.3.1. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, *layout*, *story-board* impresso ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados ao máximo de 06 (seis) peças, sendo uma para cada meio (convencional ou não convencional) de divulgação proposto pela licitante;

a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia –(10 pontos) constituída de:

a.4.1) Texto de no máximo duas laudas de 30 (trinta) linhas em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos).

a.4.1.1) Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes deste subitem, os licitantes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

a.4.2) Simulação de plano de distribuição das peças do quesito Ideia Criativa, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados em produção.

a.4.3) No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha de que trata a alínea **a.3.2**, a interessada utilizará como referencial uma verba fictícia de R\$100.000,00 (Cem mil reais) para um período de 30 dias.

a.4.4) Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a oito laudas, no corpo 12 e fonte arial, ressalvado que os roteiros das peças de que tratam a alínea **a.3.2** e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas **a.4.1** e **a.4.2** não serão computados nesse limite de laudas.

b) Capacidade de Atendimento: (15 pontos) - textos em que a licitante apresentará:

b.1) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante com a especificação do período de atendimento de cada um deles;



b.2) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, no que se refere à formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

b.3) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

b.4) A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

b.5) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

c) Repertório: (10 pontos) - apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela licitante, a partir de janeiro de 2015, para anunciantes que não sejam do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. A licitante deverá apresentar até duas peças para cada um dos seguintes meios de divulgação: TV, rádio, jornal e redes sociais. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção de, pelo menos, dois veículos que a divulgaram. Os vídeos e os *spots* e/ou *jingles*, deverão ser fornecidos em pendrive ou cartão de memória.

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: (10 pontos) - deverão ser apresentados até dois *case*, relatando, em no máximo duas laudas cada, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até três peças de qualquer tipo para cada relato. Os relatos apresentados não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Tribunal de Justiça do Estado da Bahia.

8.2.3 As propostas técnicas deverão ser apresentadas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

8.2.3.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Tribunal de Justiça da Bahia:

a) O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

8.2.4 O plano de comunicação deverá ser apresentado em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria, ou seja, sem nomes, expressões, slogans, marcas, símbolos ou ícones de trabalho das licitantes ou de conhecimento do mercado publicitário, sob pena de desclassificação da proponente, e outra com identificação de sua autoria.

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

- a) Redigido de forma clara, sem emendas ou rasuras.
- b) Páginas numeradas sequencialmente.
- c) Papel branco fosco, formato A4, com gramatura máxima de 120gr e não deverá conter rubricas.
- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
- f) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos



e entre parágrafos;

g) Fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem prejuízos da exceção prevista no inciso XI da Lei 12.232;

h) Sem identificação da licitante.

i) Os jingles ou monstros de internet deverão ser copiados em pendrive ou cartão de memória entregues com o invólucro I, que deverão ser numerados como as últimas páginas.

j) 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.

8.2.4.1.1 Apenas as páginas **em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas** do subitem Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

8.2.4.1.2 A Comissão Permanente de Licitação não receberá nenhum dos invólucros com as propostas técnica e de preços, se o invólucro com a via não identificada do plano de comunicação publicitária contiver informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou, ainda, se estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados

8.2.4.1.3 Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

a) 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 nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

8.2.5 Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem **marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados.**

8.2.6 A licitante que descumprir o disposto no item **8.2.5** será desclassificada.

8.2.7 Serão convocados os licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório.

8.3 A Proposta de Preços deverá ser apresentada em um único invólucro, datada e assinada e seu prazo mínimo de validade de 90 (noventa) dias.

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

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Item 1 - Percentual de desconto sobre a tabela vigente de valores referenciais de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia – SINAPRO/BA, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.	P1 = 0,7 x desconto
Item 2 - Percentual de honorários incidente	



sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos.	$P2 = 0,2 \times (15 - \text{honorários})$
Item 3 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de cessão de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela CONTRATANTE.	$P3 = 0,06 \times (15 - \text{honorários})$
Item 4 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias.	$P4 = 0,04 \times (15 - \text{honorários})$

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

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

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

8.4 Declaração na qual a licitante:

8.4.1 Estabelecerá os percentuais máximos de até 50% (cinquenta por cento) a serem pagos pelo Tribunal de Justiça do Estado da Bahia:

8.4.1.1 Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que 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 de Mercado - IGPM da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

8.4.1.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas as peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que 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 de Mercado - IGPM, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

8.4.2 Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

8.4.2.1 A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os



estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato, ressalvados os direitos de terceiros.

8.4.2.2 O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o Tribunal de Justiça do Estado da Bahia escolha uma das opções;

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

8.4.3 O compromisso quando o Tribunal de Justiça da Bahia optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos autorais, a agência se compromete de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

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

8.4.3.2 Estabeleçam que o Tribunal de Justiça do Estado da Bahia poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

8.4.3.3 Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

8.4.3.4 O compromisso de informar expressamente, em todos os orçamentos de produção, que os custos referentes aos cachês; à cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e à cessão dos demais direitos já estão inclusos no valor total do serviço, quando for o caso.

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

8.4.4.1 Que serão entregues duas cópias, em pendrive ou cartão de memória, de todo o material bruto produzido;

8.4.4.2 A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material para o Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

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

8.4.4.4 O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias para o Tribunal de Justiça do Estado da Bahia.



8.4.5 Garantirá a transferência para o Tribunal de Justiça do Estado da Bahia de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

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

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

9. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1 Os licitantes deverão apresentar cópia do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento obtido junto ao Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), em conformidade com o art. 4º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

9.2 Os licitantes também deverão apresentar atestado(s) de capacidade técnica comprovando que prestou serviço em características compatíveis com o objeto da licitação.

9.2.1 Deverá constar no atestado de capacidade técnica o objeto contratado, bem como as especificações técnicas, quantitativos, prazos e desempenho do contratado, sob pena de desclassificação.

9.2.2 O atestado de capacidade técnica tem a finalidade de comprovar que a licitante prestou serviços ou está prestando serviços satisfatoriamente, em características, quantidades e prazos de acordo com o objeto da licitação.

9.2.3 O atestado de capacidade técnica poderá ser emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado.

9.2.4 O atestado emitido por pessoa jurídica de direito privado deverá vir assinado pelo representante legal da empresa emitente.

9.2.5 É admitida a somatória de atestados de capacidade técnica, independente da época de expedição ou localidade.

9.3 As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

9.3.1.1 Plano de Comunicação

9.3.1.2 Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

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

9.3.1.3 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;



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

9.3.1.4 Ideia Criativa

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

9.3.1.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

9.3.1.6 Capacidade de Atendimento

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

9.3.1.7 Repertório

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



9.3.1.8 Relatos de soluções de problemas de comunicação

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

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

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

- a) Plano de Comunicação – 65 (sessenta e cinco)
 - a1) Raciocínio Básico – 10 (dez)
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 25 (vinte e cinco)
 - a3) Ideia Criativa – 20 (vinte)
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez)
- b) Capacidade de Atendimento – 15 (quinze)
 - b1) Experiência em publicidade – 5 (cinco)
 - b2) Informações de marketing e comunicação – 10 (dez)
- c) Repertório – 10 (dez)
 - c1) Ideia criativa e sua pertinência – 4 (quatro)
 - c2) Clareza da campanha – 2 (dois)
 - c3) Qualidade da execução e do acabamento – 4 (quatro)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (dez)
 - d1) Concatenação lógica da exposição – 2 (dois)
 - d2) Evidência do planejamento publicitário – 3 (três)
 - d3) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 (três)
 - d4) Relevância dos resultados apresentados – 2 (dois)

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

9.3.3 A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório. No caso de persistir a diferença de pontuação após esta reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

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

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

9.4 Será desclassificada a Proposta que:



- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e 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.

9.4.1 A proposta que obtiver a maior nota final será a primeira classificada, a segunda maior nota a segunda classificada e assim sucessivamente.

10. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

A documentação abaixo que poderá ser apresentada em original, cópia autenticada ou cópia simples acompanhada do original para ser autenticada pela Comissão Permanente de Licitação, podendo a Comissão, antes da homologação, solicitar o documento original para verificação.

10.1. Habilidade Jurídica, comprovada mediante a apresentação de:

- a) de registro público, no caso de empresário individual.
- b) em se tratando de sociedades empresárias, do ato constitutivo, estatuto ou contrato social, com suas eventuais alterações supervenientes em vigor, devidamente registrados, acompanhados, quando for o caso, dos documentos societários comprobatórios de eleição ou designação e investidura dos atuais administradores.
- c) no caso de sociedades simples, do ato constitutivo, estatuto ou contrato social, com suas eventuais alterações supervenientes em vigor, devidamente registrados, acompanhados dos atos comprobatórios de eleição e investidura dos atuais administradores.
- d) decreto de autorização, no caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.2. Regularidade Fiscal, comprovada mediante a apresentação de:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) prova de regularidade para com a Fazenda Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante;
- d) Certidão Negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros, relativa a contribuições administradas pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e a inscrições em Dívida Ativa do Instituto Nacional de Seguridade Social, emitida pela Secretaria da Receita Federal;
- e) Certidão Conjunta Negativa (ou positiva, com efeitos de negativa) de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, sendo este último datado dos últimos 180 dias, desde que outro prazo não esteja estipulado neste documento;
- f) prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante a apresentação do Certificado de Regularidade do FGTS - CRF.
- g) Certidão Negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de Débitos Trabalhistas – CNDT, emitida pela Justiça do Trabalho, em cumprimento à Lei nº 12.440/2011 e Resolução Administrativa nº 1.470/2011.

10.2.1. A prova da inscrição a que se referem os itens “a” e “b” será suprida com a apresentação das certidões a que se referem os itens “c” e “d”, respectivamente, se estas contiverem o número de inscrição da licitante.

10.3. Qualificação Econômica – Financeira, comprovada mediante a apresentação de:

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



10.3.2. Apresentação de Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício financeiro, já exigível, na forma da lei, contendo a Declaração de Habilitação Profissional – DHP, emitido pelo Conselho Regional de Contabilidade, respeitada a sua validade, sob a forma de etiqueta autoadesiva, ou outro documento que a substitua, conforme determinado pelo Conselho Federal de Contabilidade, nos termos das Resoluções nº 825/98 e nº 871/2000, que comprovem a boa situação financeira da licitante, podendo ser atualizada por índices oficiais na hipótese de encerrados a mais de 03 (três) meses da data de sua apresentação, vedada a substituição por Balancetes e Balanços Provisórios.

10.3.2.1. O Balanço Patrimonial deverá ser acompanhado de fotocópia autenticada do Termo de Abertura e de Encerramento, extraídos do LIVRO DIÁRIO, devidamente registrado na Junta Comercial.

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

- a) Balanço Patrimonial;
- b) Demonstração do Resultado de Exercício;
- c) Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos;
- d) Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido;
- e) Notas Explicativas do Balanço.

10.3.2.3. Se a licitante tiver sido constituída a menos de 01 (um) ano, a documentação referida nos subitens anteriores deverá ser substituída pela demonstração contábil relativa ao período de funcionamento.

10.4 – Qualificação Técnica, comprovada mediante a apresentação de:

10.4.1. Comprovação de aptidão no desempenho de atividade pertinente e compatível em características e prazos com o objeto da licitação, através da apresentação de atestado(s), em nome da empresa, emitido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, declarando expressamente a qualidade do serviço prestado;

10.4.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento expedido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP;

10.5. Declaração de Proteção ao Trabalho DO MENOR, em atendimento ao inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, para os fins do disposto no inciso V do art. 98 da Lei Estadual nº 9.433/05, de que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, ressalvado, se for o caso, o emprego de menor a partir de 14 anos, na condição de aprendiz.

10.6. O Certificado de Registro Cadastral/CRC, expedido pela Secretaria da Administração do Estado da Bahia/SAEB, dentro do seu prazo de validade, substituirá os documentos relativos à Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal, Qualificação Econômico - Financeira e o item **10.5**, condicionado à verificação da validade dos documentos cadastrais, através do sistema SIMPAS.

11. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

11.1 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta.

11.2 A interessada vencedora terá um prazo de 05 (cinco) dias para a assinatura do contrato.

11.3 O contrato será publicado no Diário da Justiça Eletrônico e encaminhada por e-mail, devendo retornar assinado no prazo máximo de 05 (cinco) dias corridos, sob pena de decair em caso de desídia, o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital, podendo solicitar sua prorrogação por igual período, por motivo justo e aceito pela Administração.



11.4 Se a ADJUDICATÁRIA, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o ajuste, é facultado à Administração examinar e verificar a aceitabilidade das propostas subsequentes, na ordem de classificação, bem como o atendimento, pelo licitante, das condições de habilitação, procedendo à contratação, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas na legislação pertinente.

11.5 Se as interessadas vencedoras se recusarem a assinar o contrato, o Tribunal de Justiça da Bahia lhes aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhes outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 9.433/2005.

11.5.1 O disposto no item anterior não se aplica às interessadas convocadas na forma do item **11.3**.

11.6 A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial da contratação.

11.7 A O Tribunal de Justiça do Estado da Bahia poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista às contratadas qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 9.433/2005 e no contrato a ser firmado entre as partes, ressalvadas a situações previstas nos incisos I e XX do art. 167 da referida lei.

11.8 A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados pela Contratada, além das sanções previstas em Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

11.9 À contratada poderá ser aplicada as sanções e penalidades previstas na Lei nº 9.433/2005 e no contrato a ser firmado entre as partes.

11.10 Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

11.11 Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

11.12 A contratada deverá prestar esclarecimentos, do Tribunal de Justiça da Bahia sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

11.13 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste Plano que envolva o nome do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, se houver expressa autorização desta.

11.14 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante do presente Plano para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia.

11.15 A contratada poderá subcontratar outras empresas, para a execução de alguns dos serviços de que trata o presente Plano, mediante anuência prévia, por escrito, do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia ressaltando-se que a contratada permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, ficando vedada a subcontratação dos serviços planejamento e criação.



11.16 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas neste Plano.

11.17 O Tribunal de Justiça do Estado da Bahia realizará, periodicamente a seu exclusivo critério, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

11.17.1 A avaliação será considerada para aquilatar a necessidade de solicitar à contratada que melhorem a qualidade de serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir os respectivos contratos; para fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

11.18 A contratada obriga-se a centralizar o comando da publicidade objeto deste contrato em Salvador - BA, onde, para esse fim, manterá escritório. A critério do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

11.19 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Salvador - BA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, comprometida no quesito "Capacidade de Atendimento".

12. DAS PENALIDADES

12.1 Pela inexecução total ou parcial das condições estabelecidas neste Termo de Referência, o Contratante poderá, garantida a prévia defesa da Contratada, que deverá ser apresentada no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da sua notificação, aplicar, sem prejuízo das responsabilidades penal e civil, as seguintes sanções:

- a) Advertência, por escrito, quando a Contratada deixar de atender quaisquer indicações aqui constantes;
- b) Multa, na forma prevista na Lei 9.433/2005;
- c) Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o Poder Judiciário do Estado da Bahia, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, nos termos da Lei nº 9.433/2005, art. 186, inciso II; e
- d) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, na forma da Lei, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

12.2 O valor da multa aplicada, tanto compensatória quanto moratória, deverá ser recolhido ao Fundo Estadual de Segurança dos Magistrados – FUNSEG, instituído pela Lei Estadual nº 13.971, dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis após a respectiva notificação.

12.3 Caso não seja paga no prazo previsto no subitem anterior, a multa será descontada por ocasião do pagamento posterior a ser efetuado pela Contratante ou cobrada judicialmente.

12.4 Além das penalidades citadas, a Contratada ficará sujeita, ainda, no que couber, às demais penalidades referidas no Capítulo XI da Lei nº 9.433/2005.

13. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS



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

13.1.1 A fiscalização dos serviços será exercida pela Assessoria de Comunicação - ASCOM, ou por prepostos nomeados para esta finalidade.

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

13.3 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

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

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

13.11 O CONTRATANTE realizará periodicamente a seu exclusivo critério e sem aviso prévio, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

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

14. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

O objeto desta licitação será prestado pela CONTRATADA em conformidade com a descrição pormenorizada contida no edital e seus anexos, sem pagamento de quaisquer despesas adicionais por parte do CONTRATANTE, obrigando-se ainda, a:

14.1 Operar de acordo como uma organização completa e prestar serviços de elevada qualidade;



14.2 Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, conforme as especificações estipuladas pela CONTRATANTE;

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

14.4 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, replicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens;

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

14.6 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;

14.7 Caso não haja possibilidade de obtenção de três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito;

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

14.9 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;

14.10 Após a aprovação do serviço pela CONTRATANTE, disponibilizar uma cópia em DVD de cada filme para TV, uma cópia em pendrive ou cartão de memória de spots e jingles de rádio e dois exemplares de revistas, jornais e demais peças impressas, bem como em um pendrive ou cartão de memória com todas as peças produzidas digitalizadas;

14.11 Orientar a produção e a produção a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala direta, etc.) aprovadas pela CONTRATANTE;

14.12 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua produção dar-se-á a partir das peças publicitárias;

14.13 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculações autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes contendo os dados mais relevantes visando uma avaliação de seu estágio;

14.14 Registrar em Relatórios de Atendimento as reuniões entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;

14.15 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de dois dias úteis após realização do contato;

14.16 Deverão ser entregues relatórios detalhados sobre o cumprimento do objeto.



14.17 Caso ocorra incorreção no registro dos assuntos discutidos, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

14.18 Tomar providências, imediatamente, em situações 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;

14.19 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização;

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

14.21 Submeter previamente à CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira;

14.22 Zelar pela boa e completa execução dos serviços contratados e facilitar, por todos os meios, a ampla ação fiscalizadora da CONTRATANTE, atendendo prontamente às exigências que lhe forem solicitadas, inclusive referentes à apresentação de documentos comprobatórios da execução do contrato e os relacionados ao cumprimento de obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais;

14.23 Arcar com todo e qualquer dano ou prejuízo de qualquer natureza causado ao CONTRATANTE ou a terceiros, por dolo ou culpa de seus empregados, prepostos e/ou contratados, inclusive de auxiliares que estejam sob sua responsabilidade, bem como ressarcir os danos decorrentes de paralisação ou interrupção dos serviços contratados, exceto quando isto ocorrer por exigência do CONTRATANTE ou ainda por caso fortuito, força maior, circunstâncias que deverão ser comunicadas no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas após a sua ocorrência, e serão avaliadas pelo CONTRATANTE. Eventuais valores devidos pela CONTRATADA à CONTRATANTE poderão ser descontados de pagamentos pendentes ou vincendos;

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

14.25 Responsabilizar-se por ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato;

14.26 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento;

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

14.28 Comunicar ao CONTRATANTE qualquer impedimento que interfira no andamento dos serviços;

14.29 Providenciar e manter atualizadas todas as licenças e alvarás necessários à execução dos serviços;



14.30 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes 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;

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

14.32 Assumir os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguros 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;

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

14.34 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;

14.35 Fornecer, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

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

14.37 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;

14.38 A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária;

14.39 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;

14.40 Manter sigilo, sob pena de responsabilidade civil, penal e administrativa, sobre todo e qualquer assunto que tomar conhecimento em razão da execução do objeto do contrato, devendo orientar seus empregados nesse sentido;

14.41 Zelar pela boa e completa execução do contrato e facilitar, pelos meios ao seu alcance, a ampla ação fiscalizadora dos prepostos designados pelo CONTRATANTE, atendendo prontamente às observações e exigências que lhe forem solicitadas;

14.42 Efetuar pontualmente o pagamento de todas as taxas e impostos que incidam ou venham a incidir sobre as suas atividades e/ou sobre a execução do objeto do presente contrato, bem como observar e respeitar as Legislações Federal, Estadual e Municipal relativas ao objeto do contrato;

14.43 Adimplir os fornecimentos exigidos pelo instrumento convocatório e pelos quais se obriga, visando à perfeita execução do contrato;

14.44 Emitir notas fiscais/faturas de acordo com a legislação, contendo descrição dos itens, indicação de sua quantidade, preço unitário e valor total;



14.45 Informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições afetos aos Direitos Autorais e a Confidencialidade para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

15. DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

Além das obrigações contidas no contrato por determinação legal, o CONTRATANTE obriga-se ainda, a:

15.1 Fornecer à CONTRATADA os elementos indispensáveis ao cumprimento do contrato até o prazo máximo de 10 (dez) dias após sua assinatura;

15.2 Realizar o pagamento pela execução do contrato;

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

15.4 Facilitar o acesso dos empregados da CONTRATADA, designados para execução do contrato, às instalações onde os mesmos serão executados;

15.5 Disponibilizar à CONTRATADA normas, regulamentos internos e instruções aplicáveis aos locais e à execução dos serviços contratados;

15.6 Dar imediata ciência a seus superiores e ao órgão central de controle, acompanhamento e avaliação financeira de contratos e convênios, dos incidentes e ocorrências da execução que possam acarretar a imposição de sanções ou a rescisão contratual;

15.7 Adotar, junto a terceiros, as providências necessárias para a regularidade da execução do contrato;

15.8 Promover, com a presença da CONTRATADA, a verificação da execução já realizada, emitindo o competente opinativo para o recebimento de pagamentos;

15.9 Esclarecer prontamente as dúvidas da CONTRATADA, solicitando ao setor competente da Administração, se necessário, parecer de especialistas;

15.10 Cumprir as diretrizes traçadas pelo Órgão Central de Controle, acompanhamento e avaliação financeira de contratos e convênios;

15.11 Solicitar da CONTRATADA, a qualquer tempo, a apresentação de documentos relacionados com a execução do objeto deste edital.

16. DO PAGAMENTO

O pagamento será efetuado através de crédito em conta-corrente, no prazo de até 8 (oito) dias úteis contados da apresentação da nota Fiscal/Fatura, conforme o art. 6º §5º da Lei 9.433 e após a declaração pelo CONTRATANTE do recebimento definitivo do objeto licitado, observados, sempre que possível, as datas previstas no Decreto Judiciário n.º 604/2018, que se dará da seguinte forma:

16.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, até o 8º dia útil após a veiculação;

16.2 Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, até o décimo dia após a produção;



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

16.4 Em havendo alguma pendência impeditiva do pagamento, a exemplo de erro na apresentação da nota fiscal/fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, como obrigações financeiras pendentes, decorrentes de penalidade imposta ou inadimplência, o pagamento ficará sobrestado 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 o CONTRATANTE.

16.5 A atualização monetária dos pagamentos devidos pelo contratante, em caso de mora, será calculada considerando a data do vencimento da Nota Fiscal/Fatura e do seu efetivo pagamento, de acordo com a variação do IGPM do FGV, *pro rata temporis*.

16.6 A contratada deverá obedecer integralmente as disposições quanto à obrigatoriedade de emissão da Nota Fiscal por meio eletrônico, nos termos do Regulamento do ICMS Bahia, com as alterações contidas no Decreto Estadual nº 10.666 de 03/08/2006, quando for pertinente ao objeto licitado.

16.7 A nota fiscal deverá ser emitida em nome do TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DA BAHIA, CNPJ: 13.100.722/0001-60. End. 5ª Av. do CAB, 560, CEP-41.745-971 – Salvador-Bahia.

16.8 A nota fiscal deverá ser emitida de forma detalhada sobre o objeto contratado, indicando quantidade, duração do serviço, a forma da veiculação e valor individualizado de cada serviço prestado.

16.9 Caso tenha ocorrido discussão sobre os valores e a contratada tenha direito à complementação, deverá apresentar Nota Fiscal Complementar, cuja liquidação e pagamento ocorrerá nos mesmos prazos previstos no item seguinte, desde que mantida a regularidade fiscal.

16.10 As situações a que alude o art. 228-B do Regulamento do ICMS, aprovado pelo Decreto Estadual nº 6.284/97, sujeitar-se-ão, nas hipóteses previstas, à emissão de nota fiscal eletrônica.

16.11 O contratante descontará da fatura da contratada valores decorrentes de indenização por rejeição de serviços, multas, e quaisquer prejuízos causados pela execução deste contrato.

16.12 Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço do CONTRATANTE, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação do nº do contrato e a manifestação de aceitação do Departamento responsável pelo acompanhamento e fiscalização dos serviços solicitados pelo Contratante:

16.13 Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de fornecedores e veículos por ela contratados, por ordem e conta da CONTRATANTE.

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

16.15 Em caso de ocorrência de erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a



glosa da parte que considerar indevida.

16.16 Em caso de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

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

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

16.19 Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, serão efetuados pela CONTRATADA nos prazos e condições previamente aprovados pelo CONTRATANTE e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

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

16.21 A CONTRATADA apresentará ao CONTRATANTE cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até cinco dias após o efetivo pagamento à Contratada.

16.22 A CONTRATADA deverá comprovar a execução dos serviços autorizados, no prazo máximo de dez dias após a sua autorização.

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

17 DA GARANTIA CONTRATUAL

17.1 Em face ao risco econômico da contratação que prevê corresponsabilidade previdenciária, trabalhista e tributária por parte da CONTRATANTE, em garantia de plena, fiel e segura execução de tudo o que se há obrigado, a CONTRATADA prestará garantia de 1,66 % (um vírgula sessenta e seis por cento) sobre o preço global do objeto a ser contratado, devendo apresentar comprovante de sua prestação, no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data da assinatura do contrato, devendo, ainda, ser atualizada periodicamente.

17.2 A garantia será prestada em caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária, pelo prazo equivalente ao deste contrato acrescido de mais 03 (três) meses do término da vigência contratual, devendo ser renovada a cada prorrogação.

17.3. A garantia em dinheiro deverá ser efetuada por banco indicado, com correção monetária, em favor da CONTRATANTE. O cálculo da atualização monetária do valor caucionado em dinheiro será feito aplicando-se o índice mais vantajoso para a Administração entre a data de retenção da caução e da devolução do seu valor.

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

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- b) prejuízos causados à administração ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo



durante a execução do contrato;

c) as multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à CONTRATADA;

d) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não honradas pela CONTRATADA.

17.5 O garantidor deverá declarar expressamente que tem plena ciência dos termos do edital e das cláusulas contratuais.

17.6 O garantidor não é parte interessada para figurar em processo administrativo instaurado pelo Tribunal de Justiça da Bahia com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à CONTRATADA.

17.7 A CONTRATANTE não executará a garantia na ocorrência de uma ou mais das seguintes hipóteses:

a) caso fortuito ou força maior;

b) alteração, sem prévia anuência da seguradora ou do fiador, das obrigações contratuais;

c) descumprimento das obrigações pelo contratado decorrentes de atos ou fatos praticados pela Administração;

d) atos ilícitos dolosos praticados por servidores da Administração.

17.8 Cabe à própria administração apurar a isenção da responsabilidade prevista nas alíneas c e d do item 17.7 acima, não sendo a entidade garantidora parte no processo instaurado pela CONTRATANTE.

17.9 Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as previstas no item 17.7.

17.10 Será considerada extinta a garantia:

a) com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração da CONTRATANTE, mediante termo circunstanciado, de que a CONTRATADA cumpriu todas as cláusulas do contrato;

b) no prazo de 90 (noventa) após o término da vigência contratual, caso a CONTRATANTE não comunique a ocorrência de sinistros.

17.11 A garantia será obrigatoriamente revista e complementada quando houver redução da sua representatividade percentual por variação econômica do contrato ou descontos de valores devidos à CONTRATANTE.

17.12 A liberação da garantia ou sua restituição se dará após o recebimento definitivo do objeto do contrato ou da comprovação de quitação de todas as obrigações trabalhistas e previdenciárias dos recursos humanos envolvidos na prestação de serviços, inclusive garantidas eventuais demandas judiciais decorrentes da presente contratação, nos termos do Instrumento Contratual, e quando em dinheiro, atualizada monetariamente, deduzidos eventuais valores devidos à CONTRATANTE.

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



17.14 No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

17.15 O valor da garantia permanecerá integral até o término da vigência do Contrato. Se o valor da garantia for utilizado, total ou parcialmente, pela CONTRATANTE, para compensação de prejuízo causado no decorrer da execução contratual por conduta da CONTRATADA, esta deverá proceder à respectiva reposição no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da data em que tiver sido notificada.

17.16 A CONTRATADA deverá, no prazo de dez dias contados da assinatura do contrato, apresentar garantia no valor correspondente a 1,66% (um vírgula sessenta e seis por cento) do valor estimado do contrato, em uma das modalidades previstas no art. 136 da Lei 9.433/2005.

18 REGIME, FORMA E PRAZO DE EXECUÇÃO

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

18.1.1 O tipo de licitação é Melhor Técnica.

18.2 A execução será acompanhada e fiscalizada pela Assessoria de Comunicação Social(ASCOM).

18.3 O serviço deverá ser executado seguindo todas as orientações e exigências da Ordem de Serviço ou as especificações determinadas pela ASCOM

18.3.1 O pedido de criação/produção para a agência surge a partir da necessidade da Assessoria de Comunicação Social e/ou demanda de alguma Unidade Gestora. Será comunicado através e-mail, para formalizar a data para a reunião de alinhamento.

- Pedido de criação: A agência, seguindo os prazos estabelecidos em reunião prévia, terá de 03 a 10 dias úteis, a depender do grau de complexidade de cada criação, a agência, deverá agendar reunião para apresentação da(s) peça(s). Caso a peça não seja aprovada, segue para refação ou alteração, tendo como prazo máximo o mesmo da criação inicial.
- Pedido de produção (terceiros): É enviado via e-mail uma Ordem de Criação (OC) juntamente com três orçamentos. Se o orçamento for aprovado, enviamos a OC assinada (escaneada) por e-mail autorizando a produção. O prazo de entrega do material vem descrito na OC.

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

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

18.6 O PJBA, poderá suspender ou mandar paralisar o serviço em andamento que não esteja sendo executado dentro das exigências e das orientações emitidas por esta.

18.7 O prazo de execução dos serviços internos, a contar da data da efetiva da ordem de serviço, será de 03 a 10 dias, observado o grau de complexidade de cada criação, devendo ser discutida em reunião.

18.8 Os prazos de produção de serviços efetuados por terceiros serão acordados entre as partes, observando os prazos determinados para a apresentação de serviços internos, podendo ser



dilatados mediante justificativa e concordância por parte da ASCOM.

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

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

19- DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

19.1 Os recursos, do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, para execução dos serviços estão estimados em R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

19.2 O CONTRATANTE se reserva no direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

20- REVOGAÇÃO – ANULAÇÃO

21.1 A Administração se reserva ao direito de com base no art. 122 da Lei Estadual nº 9.433/05, revogar esta licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar a decisão. Deverá, por outro lado, anulá-la se constatada insanável ilegalidade, baseado em parecer escrito e devidamente fundamentado.

21.2 Em qualquer fase do desfazimento do processo ficam assegurados o contraditório e a ampla defesa.

22.3 Não caberá qualquer indenização aos proponentes em caso de revogação ou anulação da presente licitação, ressalvadas as hipóteses legais, cabendo o ônus da prova exclusivamente ao licitante/contratado.

22- DOS ANEXOS

22.1 Constituem anexos deste Termo de Referência, dele fazendo parte integrante, o Briefing, o Modelo de Planilha de Cotação e a Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia.



ANEXO I

BRIEFING

O presente Briefing tem por objetivo orientar as Agências de Publicidade, interessadas em participar do Processo Licitatório do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, especialmente no que se refere à simulação de campanha solicitada nas Orientações e Exigências Relativas à Proposta Técnica deste Termo de Referência.

Na missão de dar ciência à população do Estado da Bahia, dos direitos e dos atos jurídicos, dentro dos critérios constitucionais de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

1 - APRESENTAÇÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA BAHIA

O Tribunal de Justiça da Bahia (TJBA), o mais antigo das Américas, celebrou 410 anos, em março de 2019.

Instalado em 1609 com o nome de Tribunal de Relação do Estado do Brasil, também chamado de Relação da Bahia, o órgão tinha a função de atuar de forma colegiada para diminuir os poderes dos ouvidores do Brasil. A denominação de Tribunal de Justiça do Estado da Bahia foi adquirida somente com a Constituição Federal de 1946.

Toda essa história tem sido abrilhantada pelo talento de juristas ilustres como Ruy Barbosa, Teixeira de Freitas e Orlando Gomes, sendo condizente com a missão do Poder Judiciário da Bahia: assegurar o acesso à Justiça, resolvendo e prevenindo conflitos sociais preocupando-se pelo respeito à ordem jurídica alicerçada na Constituição.

O Tribunal de Justiça, pelo caráter de prestador de serviços à comunidade, precisa divulgar, através dos principais meios de comunicação, além dos seus julgados, importantes para conhecimento e orientação aos jurisdicionados, os atos e realizações administrativas, como forma de prestação de contas à sociedade e ações promovidas por setores do TJBA, que tem como objetivo criar um canal direto com o cidadão evitando que o conflito se estenda.

1.1 – Apresentação da Visão, Missão e Valores do Tribunal

a) Visão: “Efetividade da prestação jurisdicional. O Poder Judiciário do estado da Bahia é modelo de excelência na prestação jurisdicional”

Descrição da Visão: ser reconhecido pela sociedade, na mídia e pelos órgãos de controle como um Poder Judiciário eficiente na jurisdição e na garantia do estado de direito e da cidadania.

b) Missão: “Assegurar o acesso à Justiça visando a paz social”

Descrição da Missão: atuar em parceria com todos os integrantes do sistema de justiça para a promoção do direito e da cidadania, prioritariamente atuando nas causas por meio da desjudicialização e da conciliação prévia.

c) Valores:

- Acessibilidade
- Agilidade
- Celeridade
- Eficiência
- Ética



- Probidade
- Independência
- Modernidade
- Transparência
- Responsabilidade socioambiental

2. CARACTERIZAÇÃO

2.1 – Conciliação

Simplicidade, celeridade e autonomia. Essas são as bases do meio alternativo de resolução de conflitos. Pessoas interessadas em resolver uma demanda já existente na Justiça, podem optar por conciliar, ou seja, tentar um acordo satisfatório para todas as partes envolvidas.

Além de dar uma resposta mais célere para as partes, o ato de conciliar contribui para a diminuição da quantidade de processos no Judiciário e ainda promove a cultura de paz. O lema da autocomposição é solucionar conflitos de forma consensual, seja na área de família, cível, consumidor ou até mesmo fazendária. Esse método (autocomposição) é um sinônimo para audiência de conciliação, trata-se de um procedimento de resolução de conflitos, onde se busca uma solução que atenda ao interesse de todos.

A Conciliação consiste na intervenção de um profissional, de forma imparcial, por meio da escuta e da investigação das partes e da situação, que auxiliará aqueles que estão em conflito para que negociem no sentido de elaborar um acordo que atenda aos interesses de todos os envolvidos.

Vários tipos de conflitos podem ter uma solução por meio de acordo, como por exemplo: questões de vizinhança, danos morais, pensão alimentícia, guarda dos filhos, divórcio, partilha de bens, dívidas de bancos, entre outros.

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

Promover o espírito de conciliação

3.2 Específicos

3.2.1 Estimular a Conciliação

3.2.2 Buscar a pacificação social

3.2.3 Solucionar conflitos entre as partes

4. REFERÊNCIAS

- Código de Processo Civil
- Lei dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais – Lei 9.099/95
- Resolução Nº 125 de 29/11/2010 do Conselho Nacional de Justiça – CNJ

5. PUBLICO-ALVO:

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

- Sociedade:
 - a) Pessoas Físicas a partir de 18 anos;
 - b) Ambos os sexos;
 - c) Todas as classes sociais; e
 - d) Pessoas Jurídicas;

6. A CAMPANHA

A campanha deve enviar uma mensagem positiva, informando aos jurisdicionados a importância da conciliação entre as partes tanto na fase pré processual, quanto no decorrer do litígio.



A campanha deve contribuir para evitar a crescente demanda no judiciário e ter o propósito de unir as partes em busca da pacificação social, onde a compreensão do direito exige uma mudança de comportamento dos envolvidos em qualquer espécie de conflito e a solução passa por uma reforma de conceitos na busca pela satisfação das necessidades do individual e coletivo para o fortalecimento da sociedade atual. Deve ser simples e acessível a todas as camadas sociais. Deve ser criativa e eficaz.

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

7. PRAÇA

Estado da Bahia, contemplando a capital, região metropolitana e o interior.

8. PERÍODO DA AÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Para este segmento da comunicação publicitária, deve-se realizar uma campanha simulada, com duração de 30 (trinta) dias.

9. INVESTIMENTO SIMULADO PARA O PROJETO

No cálculo da alocação dos valores para criação, finalização, produção e veiculação das peças da campanha simulada e demais ações que porventura venham a ser propostas e se enquadrem no escopo da legislação em vigor, a agência utilizará como referencial uma verba fictícia de R\$100.000,00 (cem mil reais).

O que se espera da Agência de Publicidade

Para fins de contratação, o conceito de “Serviços de Publicidade” abrange atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

Além das atividades básicas citadas no item anterior, são incluídos como atividades complementares os serviços especializados, pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à criação e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

A Comunicação Publicitária deve se preocupar em adequar as mensagens ao universo cultural dos segmentos de público; ressaltar os benefícios das ações para a sociedade e não apenas para o público diretamente atingido; observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Judiciário Estadual; aplicar os recursos com eficiência e racionalidade.

O Acesso da população aos serviços da Justiça Brasileira e baiana, é um dos principais e maiores desafios da Justiça. A conciliação dos conflitos passa a ser um dos meios para que a população tenha uma ampliação do acesso aos seus serviços, evitando ao mesmo tempo que os processos se acumulem de forma a que o Judiciário não tenha estrutura para responder esta demanda.

A agência de publicidade no Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, será responsável por deixar os cidadãos mais esclarecidos sobre as atribuições, os meios de acesso a seus serviços e o



trabalho que está sendo desenvolvido para promover uma Justiça mais célere, humana, eficiente, eficaz e democrática.

Público Alvo

As ações de publicidade devem alcançar toda a sociedade, como também são necessárias iniciativas específicas para as entidades representativas e setores organizados da sociedade que tenham condições de contribuir para o desenvolvimento desta iniciativa.

Estruturação do Projeto de Publicidade – Principais Parâmetros

O projeto de publicidade deve ser estruturado e apresentado segundo critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber:

- 1) Estratégia da campanha: Fazer com que mais pessoas conheçam e entendam o sobre conciliação e como conciliar, visto que é um método mais célere e simples na resolução dos conflitos;
- 2) Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas, descritas em detalhe;
- 3) Plano de mídia: apresentar planejamento de mídia estruturado, distribuindo a verba disponível para o projeto, por peça, por meio, por veículo e por período de veiculação;

Salvador, 07 de junho de 2021.


MOISÉS BISESTI DE QUEIROZ
Assessoria de Comunicação Social



ANEXO III

MODELO DE PLANILHA DE COTAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) Percentual de desconto de _____% (_____ por cento) sobre a tabela vigente de valores referenciais de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia – SINAPRO/BA, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.

b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos: _____% (_____ por cento);

c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de cessão de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela CONTRATANTE: _____% (_____ por cento).

d) Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias: _____% (_____ por cento).

Salvador, _____ de _____ de 20____.

RAZÃO SOCIAL/ CNPJ/NOME DO REPRESENTANTE LEGAL E ASSINATURA

