

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES



PREFEITURA DE
CAMPOS
UMA NOVA HISTÓRIA

Concorrência nº. 001/2021

EDITAL

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2021

SUMÁRIO

<u>ITENS</u>	<u>PÁG.</u>
Aviso de licitação	03
EDITAL DE LICITAÇÃO	
ITEM 01 - Introdução	04
ITEM 02 - Do Objeto	05
ITEM 03 - Dos Recursos Orçamentários	07
ITEM 04 - Do Tipo de Licitação	08
ITEM 05 - Da Vigência Contratual	09
ITEM 06 - Da Forma de Apresentação das Proposta	09
ITEM 07 - Dos Procedimentos Licitatórios	13
ITEM 08 - Apresentação e Elaboração da Proposta Técnica	20
ITEM 09 - Do Julgamento das Propostas Técnicas	31
ITEM 10 - Apresentação e Elaboração da Proposta de Preços	35
ITEM 11 - Da Proposta de Preços	36
ITEM 12 - Julgamento Final das Propostas	39
ITEM 13 - Da Habilitação	39
ITEM 14 - Da CPL e Subcomissão Técnica	46
ITEM 15 - Credenciamento	48
ITEM 16 - Dos Recursos	49
ITEM 17 - Da Homologação, da Adjudicação, do Contrato e da Garantia	50
ITEM 18 - Das Condições de Pagamento	52
ITEM 19 - Penalidades	53
ITEM 20 - Do Recebimento do Objeto da Licitação	54
ITEM 21 - Foro	55
ITEM 22 - Das Disposições Gerais e Finais	55
ANEXOS	
ANEXO I - Briefing	58
ANEXO II - Minuta de Contrato	59
ANEXO III - Declaração de Elaboração Independente de Proposta	82
ANEXO IV - Planilha de Preços Sujeitos à valoração	84
Anexo V - Carta de Credenciamento	86
Anexo VI - Declaração de Enquadramento de ME ou EPP	88

AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

1. OBJETO: Contratação de uma agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e divulgação dos programas, ações e campanhas institucionais do Município de Campos dos Goytacazes.

2. MODALIDADE: Concorrência.

3. TIPO: Melhor Técnica.

4. VALOR GLOBAL ESTIMADO: R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

5. PRAZO: 12 (doze) meses.

6. DATA E HORÁRIO PARA A ENTREGA DOS INVÓLUCROS:

03 de dezembro de 2021, às 10h (dez horas).

7. CONDIÇÕES PARA AQUISIÇÃO DO EDITAL:

O Edital, na íntegra, está disponível para download através do site oficial da PMCG, a saber, <https://campos.rj.gov.br/licitacoes.php> ou poderá ser adquirido na sede da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes, localizada à Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, nº 47, Parque Santo Amaro, Campos dos Goytacazes, RJ, telefones nº (22) 98175-2073/98175-0911, no horário das 9h às 17h, de 2ª a 6ª feira, exceto feriados do Município de Campos dos Goytacazes, Estaduais e Nacionais, mediante requerimento em papel timbrado da empresa e a entrega de 01 (um) pacote de papel A4 com 500 folhas (referência report ou similar).

Campos dos Goytacazes, 27 de setembro de 2021.

Luiz Augusto Maria da Costa Pessanha
Subsecretário de Comunicação Social

EDITAL DE LICITAÇÃO

1 – INTRODUÇÃO

1.1 – A **Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes** torna público que, conforme foi solicitado pelo Ilustríssimo Senhor Secretário Municipal de Governo, e devidamente autorizada pelo Exmo. Sr. Secretário Municipal de Transparência e Controle, na forma do disposto no processo nº 2021.202.000012-2-PR, e por meio da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 397/2021, realizará no dia 03 de dezembro de 2021, às 10h (dez horas), na sala de reuniões do **Setor de Licitações, na Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, 47, Pq. Santo Amaro, CEP 28010-040, Campos dos Goytacazes, RJ**, Licitação na modalidade de CONCORRÊNCIA, tipo melhor técnica, que se regerá pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e 8.883 de 08 de junho de 1994, além das demais disposições legais aplicáveis a essa modalidade de certame e pelas condições previstas neste Edital, que recebeu o **nº 001/2021**.

1.2 - Os documentos serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

1.3 – As retificações do Edital, por iniciativa oficial ou provocadas por eventuais impugnações serão informadas a todas as licitantes, devendo ser publicadas no Diário Oficial, reabrindo-se o prazo legal para apresentação das propostas, exceto quando, inquestionavelmente, as retificações não venham a interferir na elaboração destas.

1.4 – A Concorrência a que se refere este Edital poderá ser adiada ou ser revogada por motivos de interesse público ou fato superveniente fundamentado e devidamente comprovado.

1.4.1 - A Concorrência será anulada quando verificada ilegalidade insanável, sem que caiba às licitantes qualquer direito a reclamação ou indenização por esses fatos.

1.5 - Qualquer cidadão é parte legítima para solicitar esclarecimentos e impugnar o edital, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para o início do certame, devendo a Administração julgar e responder em até 3 (três) dias úteis.

1.5.1 - A solicitação de esclarecimentos a respeito de condições do edital, tratadas no subitem acima, poderão ser enviadas por e-mail para o seguinte endereço: cpl@campos.rj.gov.br. Já as impugnações deverão ser protocoladas no Protocolo Geral da Prefeitura Municipal, na Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, nº 47 - Pq. Santo Amaro - Campos/RJ, das 09 às 17 horas, de segunda a sexta-feira, exceto feriados do Município de Campos dos Goytacazes ou Nacionais.

1.6 - Decairá do direito de impugnar os termos deste edital a licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder o início do certame, indicando as falhas ou irregularidades que viciariam esse edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

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

1.8 - A inabilitação da licitante importa preclusão do seu direito de participar das fases subseqüentes.

2 - DO OBJETO

2.1 - O objeto da presente Concorrência é a contratação de uma agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e divulgação dos programas, ações e campanhas institucionais do Município de Campos dos Goytacazes, conforme condições e especificações estabelecidas na Lei nº 12.232, de 29/04/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 8.666, de 21/06/1993 e alterações posteriores, na Lei nº 4.680 de 18/06/1965, no Decreto nº 57.690, de 01/02/1996, no Decreto nº 2.262, de 26/06/1997 e alterações posteriores, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho

Executivo das Normas-Padrão) e na Lei Complementar 123, de 14/12/2006, que incluem, fundamentalmente:

2.2 - Os serviços compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade, de competência da Subsecretaria de Comunicação Social, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

2.2.1-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;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária 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.

2.2.1.1 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.2.1 terão a finalidade de:

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

publicitária.

2.2.2 - Os serviços previstos no subitem 2.2.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.3 - Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

2.3.1 - Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.3.2 - A agência atuará por ordem e conta da ANUNCIANTE, 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 2.2.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3.3 - O valor global do contrato (item 3.1, *infra*) é de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

3 – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 – A despesa global com os serviços a serem executados pela agência que vier a ser contratada, durante 12 (doze) meses de vigência (item 5), é estimada em R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

3.2 – Os recursos necessários à execução dos serviços ora licitados correrão à conta do Programa de Trabalho nº 2413100952386, Natureza de Despesa nº 339039, disponibilizados através da correspondente fonte, dotação orçamentária e eventuais créditos suplementares, bem como das dotações orçamentárias respectivas de cada órgão da Administração Pública Direta e Indireta que se vinculam e aderem (ou venham a aderir), como partícipes, ao contrato resultante da presente concorrência, conforme projeção estimativa detalhada nos autos do Processo Administrativo nº 2021.202.000012-2-PR.

3.3 – As eventuais despesas relativas a exercícios subsequentes ao exercício em que se iniciaram os serviços, haja vista a natureza contínua destes, correrão por conta das dotações orçamentárias respectivas de cada órgão, inclusive da Secretaria Municipal de Governo, e deverão ser empenhadas por estimativa ao início de cada exercício, dado o caráter plurianual do contrato e a natureza das despesas, em observância ao disposto na Lei de Diretrizes Orçamentárias, Lei nº 5.066, de 09 de julho de 2007.

3.4 – O valor estimado no item 3.1 será utilizado segundo a disponibilidade orçamentária, observando-se sempre o interesse público na definição das prioridades e necessidades.

3.5 – A Prefeitura se reserva no direito de, a seu critério e consoante a avaliação do interesse público, utilizar ou não o valor total estimado para as despesas, seja no âmbito global, seja no âmbito individual da agência que vier a ser contratada, observando o disposto neste edital.

3.6 – Se a Prefeitura optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios, em seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento das despesas.

4 – DO TIPO DE LICITAÇÃO

4.1 – A presente Concorrência é do tipo: Melhor Técnica.

5 – DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

5.1 – O contrato decorrente da presente concorrência terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da autorização para início dos serviços expedida pela Prefeitura, podendo ser prorrogado até o prazo permitido na Lei Federal nº 8.666/93, e suas alterações.

5.2 - O prazo a que se refere o subitem anterior começará a fluir no dia seguinte ao recebimento pela adjudicatária da autorização para início dos serviços, a ser emitida pela Secretaria Municipal de Governo.

5.3 – A licitante fica obrigada a manter a validade da proposta por 60 (sessenta) dias, contados da data da sua entrega.

5.4 – Na hipótese da Prefeitura de Campos dos Goytacazes não assinar o Contrato com a empresa vencedora ou com outra, na ordem de classificação, no prazo de 60 (sessenta) dias da data da entrega das propostas, a licitante ficará liberada de quaisquer compromissos assumidos.

6 – DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

6.1 – A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) invólucros distintos, a saber:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada: invólucro n.º 1, fornecido pela Prefeitura Municipal de Campos;

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada: invólucro n.º 2;

c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: invólucro n.º 3.

6.1.1 – Os invólucros no 2 e no 3 deverão conter, em suas partes externas, etiquetas com os seguintes dizeres:

INVÓLUCRO Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
NOME COMPLETO E ENDEREÇO DA LICITANTE

INVÓLUCRO Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
NOME COMPLETO E ENDEREÇO DA LICITANTE

6.1.2 No invólucro 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada, de que tratam os subitens 8.2 e 8.3.

6.1.2.1 O invólucro 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

6.1.2.2 Para preservar, até a abertura do invólucro 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro 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.

6.1.3. No invólucro 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via identificada, de que trata o subitem 8.4.

6.1.4 No invólucro 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de

Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 8.5 a 8.10.

6.1.3.1 O invólucro 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 2.

6.1.5 Os invólucros 2 e 3 deverão estar lacrados e rubricados no fecho.

6.2 A **PROPOSTA DE PREÇO** deverá ser apresentada em 01 (um) invólucro distinto, lacrado e rubricado no fecho, com o subtítulo "PROPOSTA DE PREÇOS", contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

INVÓLUCRO Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇOS
Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
NOME COMPLETO E ENDEREÇO DA LICITANTE

6.3 Os **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO** deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, em 01 (um) INVÓLUCRO distinto e lacrado e rubricado no fecho, com o subtítulo "**DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**", contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

INVÓLUCRO Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
NOME COMPLETO E ENDEREÇO DA LICITANTE

6.3.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será excluída do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o

subitem 22.12.

- 6.3.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, para avaliação da Comissão Permanente de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitos documentos legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.
- 6.4 Os invólucros 2, 3, 4 e 5 deverão ser providenciados pela licitante e poderão ser constituídos embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até sua abertura.
- 6.4.1 O invólucro 1 será padronizado e fornecido previamente aos licitantes pela Subsecretaria de Comunicação Social no horário das 09h às 12h e das 14h às 17h, nos dias normais de expediente, na Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, n.º 47, Parque Santo Amaro, CEP.: 28010-040, Campos dos Goytacazes, RJ, a partir do dia 19 de outubro de 2021, sem nenhum tipo de identificação.
- 6.5 Os documentos relativos às Propostas Técnicas e de Preços (invólucros 1, 2, 3 e 4) e à Habilitação (invólucro n.º 5) poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia, devidamente autenticada por cartório competente, ou, ainda, por publicação em órgão de imprensa oficial.
- 6.5.1 Para os documentos disponibilizados pela Internet e cuja autenticidade poderá ser verificada via consulta no site correspondente, pela Comissão Permanente de Licitação, serão aceitas cópias simples.
- 6.6 Não serão aceitas documentação e proposta via postal, telefax, protocolo e/ou similares.
- 6.7 A Comissão não se responsabilizará por propostas e/ou documentos que não forem entregues diretamente à mesma no horário e data estabelecidos neste instrumento.
- 6.8 Após o horário e data de abertura estabelecidos no preâmbulo deste edital para recebimento dos invólucros de propostas e documentação, nenhum documento ou proposta será recebido pela Comissão.

6.9 Quando a agência participante for Microempresa ME ou Empresa de Pequeno Porte EPP, serão adotados procedimentos em conformidade com a Lei Complementar nº 123/06.

7 – DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

- 7.1 Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, para recebimento e abertura dos invólucros de propostas e documentação, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas, que serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.
- 7.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 15 deste Edital.
- 7.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.
- 7.1.3 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do ANUNCIANTE, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.
- 7.1.4 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.
- 7.1.5 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.
- 7.1.6 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 7.1.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

- 7.1.8 A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas às normas legais aplicáveis.
- 7.1.9 A Comissão poderá promover diligências em qualquer fase da licitação, nos termos do art. 43, § 3º, da lei 8.666/93.
- 7.1.10 Não será permitida a participação de empresas em consórcio.

Primeira Sessão

7.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos neste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 15 deste Edital;
- b) Receber os invólucros 1, 2, 3 e 4;
- c) Conferir se os respectivos invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

7.2.1 O invólucro 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não:

- a) Estiver identificado;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro 2;
- c) Estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro 2.

7.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 7.2.1, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o invólucro 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

7.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) Rubricar, no fecho, os invólucros 2 e 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos invólucros 1 e 3;
- b) Retirar e rubricar o conteúdo do invólucro 1;

- c) Abrir os invólucros 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os invólucros 1 e 3;

7.2.2.1 A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 7.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.2.2 Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros 1 e 3, a Comissão Permanente de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência (s) que possibilite (m), inequivocadamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.2.3 A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca no invólucro 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.4 Abertos os invólucros 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo motivo justo, decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

7.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 7.2.6 e seguintes.

7.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação pertinentes à primeira sessão, o resultado será comunicado aos presentes e, na hipótese de algum representante não se encontrar na sessão, a decisão será publicada no Diário Oficial do Município, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 16.

7.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua

desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.2.7 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 9.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.2.8 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros 2.

7.2.9 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 7.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

7.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os invólucros 2;
- c) Cotejar as vias não identificadas (invólucros 1) com as vias identificadas (invólucros 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) Executar o sorteio previsto no subitem 9.6, quando for o caso;
- g) Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 16.

7.3.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

Terceira Sessão

7.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência

ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença.
- b) Abrir os invólucros 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada.
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros 4.
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados.
- e) Identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes.
- f) Efetuar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista no art. 46, § 1º, inciso II, da Lei nº 8.666/1993, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas.
- g) Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação da agência vencedora.
- h) Declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concorde em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas.
- i) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas serão publicados, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 16.

7.4.1 Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas

alíneas 'f' e 'g' do subitem 7.4 apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes da Planilha que constitui o Anexo IV (Planilha de Preços Sujeitos à valoração). Portanto, os percentuais de que trata o parágrafo sexto da cláusula décima sexta da minuta de contrato (Anexo II), corresponderão aos percentuais estabelecidos pela própria licitante vencedora em sua respectiva Proposta de Preços, nas declarações a que se referem, respectivamente, às alíneas 'a1' e 'a2' do subitem 10.3 deste Edital.

Quarta Sessão

7.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir os invólucros 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros 5;
- e) Informar:
 - e1) O resultado da habilitação;
 - e2) Que o resultado da habilitação será publicado, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se o prazo de cinco (05) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;
 - e3) Que será publicado o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda,

tenham sido julgados os recursos eventualmente interpostos.

8 – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

- Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m a 90 gr/m , ambas em branco; Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m a 90 gr/m , orientação retrato;
- Espaçamento de 02 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda; Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 8.2.1, 8.2.3 e 8.2.3.1;
- Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- Sem identificação da licitante.

8.2.1 As especificações do subitem 8.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3 e à indicação prevista no subitem 8.3.3.3.5.

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

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, orientação paisagem. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

8.2.3 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.

- 8.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, orientação paisagem.
- 8.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 8.2.
- 8.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do invólucro 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 6.1.2.2, e 7.2.1 e 7.2.1.1. deste Edital.
- 8.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro 2.
- 8.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 estão limitados, no conjunto, a dez (10) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.
- 8.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 6.1.2.2, no subitem 8.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 7.2.1 e no subitem 7.2.1.1, todos deste Edital.
- 8.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.
- 8.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- 8.2.9.1 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 8.2, no que couber.

8.3 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 I), observadas as seguintes disposições:

8.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE para enfrentar o (s) desafio (s) ou o (s) problema (s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto do Briefing e, principalmente, sobre o (s) desafio (s) ou o (s) problema (s), geral e ou específico, de comunicação a ser (em) enfrentado (s);

8.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação 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;

b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

8.3.3 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 subitem 8.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

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.

8.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 8.3.3 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.

8.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 8.3.3 e na alínea 'a' do subitem 8.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

8.3.3.3 Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3.

a) Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;

b) Podem ser apresentados sob a forma de:

b1) Roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b2) Protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet;

b3) Storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

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

8.3.3.3.1 Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

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

8.3.3.3.3 Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em qualquer desses formatos: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

8.3.3.3.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout,

observado o disposto no subitem 8.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

8.3.3.3.5 Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3.

8.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 8.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, de veículos, adesivagem de fingers - entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) Um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) Um hot site cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado uma peça.

8.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de hot site a que se refere a alínea 'g' do subitem 8.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

8.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

- a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a

estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

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

8.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverão constar dessa simulação.

8.3.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) O período de distribuição das peças e ou material;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

8.3.4.3 Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) 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;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários

sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

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

Capacidade de Atendimento

8.5 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.

8.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem.

8.5.2 Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem 8.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro 2.

8.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

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

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

- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

- 8.7 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.
- 8.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem.
- 8.7.2 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 2.
- 8.7.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

8.8 O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

8.8.1 A licitante deverá apresentar dez (10) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

8.8.1.1 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

8.8.1.2 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

8.8.1.2.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

8.8.1.3 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 8.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 9.3.1 deste edital.

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

8.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo ANUNCIANTE.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

8.9 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.

8.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

8.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem anterior 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 invólucros 2.

8.10 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

8.10.1 Se a licitante apresentar apenas 01 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 9.3.1 deste edital.

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

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

8.10.3 É permitida a inclusão de até cinco (05) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Na hipótese de serem incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha

técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

8.10.3.1 Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

9 – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 14.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

9.2.1 Plano de Comunicação Publicitária.

9.2.1.1 Raciocínio Básico e acuidade de compreensão:

Das funções e do papel do ANUNCIANTE nos contextos social, político e econômico;

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do ANUNCIANTE com seus públicos;

Das características do ANUNCIANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo ANUNCIANTE;

f) Das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

9.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do ANUNCIANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;

b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito

propostos;

c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;

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 do ANUNCIANTE;

e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, 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.

9.2.1.3 Ideia Criativa.

a) Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do ANUNCIANTE;

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 simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) Sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;

i) A exequibilidade das peças e/ou do material;

j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no

material aos meios e aos públicos propostos.

9.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia.

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

9.2.2 Capacidade de Atendimento.

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado 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 a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

9.2.3 Repertório.

- a) A idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) A clareza da exposição das informações prestadas;

9.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

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

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 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)
- c) Repertório: 10 (Dez)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (Dez)

9.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

9.3.2.1 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o

equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

9.3.3 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

9.3.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as cinco (05) maiores notas.

9.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 9.2.1.1 a 9.2.1.4 e 9.2.2 a 9.2.4.

9.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada nesta fase, será assim considerada a que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 9.2.1, 9.2.2, 9.2.3 e 9.2.4, ressalvada a previsão do item 9.7.

9.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 7.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10 - APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) Apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em

língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) Elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 10.2 e 10.3;

c) Datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 10.2 e 10.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos à Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo IV.

10.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo ANUNCIANTE:

a1) Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a2) Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

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

c) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima sexta da minuta de contrato (Anexo II).

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

11- DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das

condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

11.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha de Preços que constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) Desconto superior a 70% (setenta por cento), nem inferior a 50% (cinquenta por cento), em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro;

b) Percentual de honorários superior a 20 % (vinte por cento) e inferior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) Percentual de honorários superior a 20 % (vinte por cento) e inferior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) Percentual de honorários superior a 15 % (quinze por cento) e inferior a 5% (cinco por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da nº 4.680/1965.

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

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

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

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 11.3	$P1 = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 11.3	$P2 = 6,0 \times (10,0 \text{ Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 11.3	$P3 = 6,0 \times (10,0 \text{ Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 11.3	$P4 = 8,0 \times (10,0 \text{ Honorários})$
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos à Valoração, sem o símbolo '%'.	

11.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 11.4.1, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

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

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

a) O menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

b) O menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das

mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) O menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

d) O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

12 - JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

12.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para o tipo melhor técnica.

12.2 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 9.5 e 9.6 deste Edital – e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

13 – DA HABILITAÇÃO (INVÓLUCRO 5 – Documentação)

13.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto neste item e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 13.2.

13.2 - Se nenhuma licitante restar habilitada, o ANUNCIANTE reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

13.3 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues em envelope individual (invólucro 5), devidamente fechado, contendo os documentos elencados a seguir:

13.3.1 – **Habilitação Jurídica:**

a) Cédula de identidade dos responsáveis legais da empresa;

b) 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 documento de eleição de seus administradores;

b1) Quando Microempreendedor Individual, este deverá apresentar o Certificado de Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI (www.portaldoempreendedor.org.br);

c) Inscrição do ato constitutivo no caso de sociedade civil, acompanhada da prova da composição da diretoria em exercício;

d) Registro comercial, no caso de empresa individual;

e) Apresentação do Decreto de autorização para as empresas ou sociedades estrangeiras em funcionamento no País, consoante o inciso V do artigo 28 da Lei Federal nº 8.666/93;

f) As empresas ou sociedades estrangeiras deverão apresentar o Decreto de autorização para que se estabeleçam no país e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente;

g) As empresas estrangeiras, que sejam associadas a empresas nacionais, deverão apresentar Inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF e Cédula de Identidade de seus procuradores;

13.3.2 – Regularidade Fiscal, Previdenciária e Trabalhista

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com objeto contratual;

c) Prova de inscrição no cadastro de contribuinte municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante;

d) Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal, bem como perante o Instituto Nacional do Seguro Social – INSS, (Certidão Negativa de Débitos – CND), exigida no artigo 47, inciso I, alínea “a”, da Lei Federal nº 8.212/91 e alterações posteriores.

e) Prova de Regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

f) Prova de Regularidade de Situação perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

g) CNDT - Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943. Esta certidão poderá ser retirada através do site www.tst.jus.br/certidao;

g1) No caso de empresa estrangeira, deve ela fazer uma declaração esclarecendo que não está inscrita no cadastro de contribuintes ou que nunca realizou negócios no Brasil;

h) Declaração do cumprimento do disposto no inciso

XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal.

As licitantes deverão declarar que não empregam menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não empregam menor de dezesseis anos, salvo a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. A declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal deverá ser prestada nos termos do modelo em Anexo;

i) Deverão ser fornecidas Certidões Negativas da Dívida Ativa sempre que os documentos de comprovação de regularidade para com as Fazendas Federal, Estaduais e Municipais apresentadas, fizerem referência expressa de que não atestam a regularidade da licitante em relação à Dívida Ativa das citadas Fazendas; para as sociedades empresárias situadas no Estado do Rio de Janeiro deverão apresentar prova de regularidade com a Dívida Ativa, emitida pela Procuradoria Geral do Estado;

j) Quando o crédito tributário ou trabalhista encontrar-se com sua exigibilidade suspensa, no lugar das Certidões Negativas de Débito pode-se apresentar Certidão Positiva com efeito de Negativa;

l) Os documentos relacionados no subitem 13.3.2 deverão ter validade na data estabelecida no preâmbulo deste Edital para a entrega dos invólucros;

m) As microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição;

m1) No caso de microempresa ou empresa de pequeno porte que esteja com alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais

certidões negativas ou positivas, com efeito de certidão negativa;

m2) A não-regularização no prazo previsto no subitem anterior implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções legais cabíveis, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação.

13.3.3 – **Qualificação Técnica:**

a) Cópia de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, este com firma reconhecida, comprovando que a licitante executou serviço(s) semelhante(s) ao objeto deste edital.

b) Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

c) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/ MP nº 2/2009, conforme ANEXO III deste edital.

13.3.4 – **Qualificação Econômico-Financeira:**

a) Balanço patrimonial do último exercício social, já exigível e apresentado na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses anteriores à data estabelecida no preâmbulo deste Edital para a entrega dos envelopes contendo os Documentos e a Proposta Comercial das licitantes;

Entende-se por "na forma da lei", o seguinte:

1) Quando S.A., balanço patrimonial devidamente registrado na Junta Comercial e publicado em Diário Oficial e jornais de grande circulação (art. 289, caput e § 5º da

Lei nº 6.404/76);

2) Quando outra forma societária, balanço patrimonial devidamente registrado pela Junta Comercial ou outro órgão competente do Registro do Comércio. No caso de uma empresa ter registrado legalmente seu contrato social em cartório competente, deverá fazer o registro do balanço patrimonial no mesmo cartório;

3) Aquelas sociedades constituídas a menos de um ano deverão apresentar o balanço de abertura, que deverá conter as assinaturas do contabilista regularmente habilitado e do sócio gerente;

4) Escrituração contábil digital transmitida pelo sistema público de escrituração digital (SPED) pelas pessoas jurídicas a ela obrigadas;

a1) **Nenhuma empresa está dispensada das exigências do subitem anterior, na forma da lei, exceto a microempresa, empresa de pequeno porte e microempreendedor individual - MEI, em por força do art. 48 § 5º da Lei Municipal nº 8.768/17.**

a2) O balanço patrimonial deverá estar devidamente registrado na Junta Comercial, ou outro órgão competente, devendo possuir autenticação através de chancela digital, etiqueta, carimbo ou meio legal equivalente, e ainda, deverá estar assinado por Profissional de Contabilidade, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade e pelo Titular ou representante legal da empresa licitante.

b) Na hipótese em que não seja possível verificar com clareza os valores do ativo circulante (AC), do realizável a longo prazo (RLP), do passivo circulante (PC), do exigível a longo prazo (ELP), do exigível total (ET) e do ativo total (AT), o balanço a que se refere o item "a" deverá vir acompanhado de demonstrativo elaborado em papel timbrado da licitante, assinado pelo contabilista regularmente habilitado e por seu representante legal, em que estejam devidamente informados os valores supramencionados, de modo a possibilitar avaliar-se

a situação financeira da proponente, com os índices abaixo já calculados, a partir da aplicação das seguintes fórmulas:

b1) Índice de Liquidez Geral

$$ILG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$$

b2) Índice de Liquidez Corrente

$$ILC = AC / PC$$

b3) Grau de Endividamento Geral

$$GEG = ET / AT$$

Onde:

AC = Ativo Circulante;

PC = Passivo Circulante;

RLP = Realizável à Longo Prazo;

ELP = Exigível à Longo Prazo;

ET = Exigível Total;

AT = Ativo Total.

c) Serão inabilitadas as licitantes cujos índices apurados não atenderem as seguintes condições:

c1) Índice de Liquidez Geral $\geq 1,00$

c2) Índice de Liquidez Corrente $\geq 1,00$

c3) Grau de Endividamento Geral $\leq 1,00$

d) Comprovação de capital social ou patrimônio líquido igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor final efetivamente vencido pela empresa.

e) Certidão(ões) Negativa(s) de Recuperação Judicial - Lei 11.101/05 (falências e concordatas), expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, a menos de 90 (noventa) dias da data estabelecida no preâmbulo deste Edital para a entrega dos envelopes contendo os documentos e a Proposta Comercial das licitantes, exceto quando dela constar o prazo de validade.

e1) Para a licitante sediada na Cidade de Campos dos Goytacazes, esta prova será feita mediante apresentação de Certidão passada pelo Cartório Único de Registro de

Distribuição, sendo dispensada a apresentação do documento exigido no item "f".

e2) Caso a licitante esteja em processo de recuperação judicial, poderá apresentar, em substituição aos documentos exigidos nos itens "e" e "f", certidão emitida pela instância judicial certificando sua aptidão econômica e financeira para participar de procedimento licitatório.

f) A licitante sediada em outra Comarca ou Estado deverá apresentar, juntamente com a(s) certidão(ões) exigida(s), declaração/certidão passada pelo Foro de sua sede, indicando quais os Cartórios ou Ofícios de Registro que controlam a distribuição de falências ou concordatas. Em caso da declaração apresentar validade expressa, esta deverá ser observada. Por outro lado, se dela não constar prazo de validade, esta será de 90 (noventa) dias a contar de sua emissão.

f1) Na hipótese da Certidão de que trata o item "e" ser emitida pela Corregedoria ou órgão equivalente do respectivo Tribunal de Justiça, será facultativa a apresentação do documento solicitado no subitem anterior.

14- DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

14.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

14.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

14.2.1 Um (01) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a SUPCOM.

- 14.3 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, 09 (nove) participantes, previamente cadastrados pela SUPCOM.
- 14.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 14.3 deste Edital será publicada pela Subsecretaria de Comunicação Social no Diário Oficial do Município, juntamente com a data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, a sessão deverá ocorrer 10 (dez) dias após a publicação.
- 14.3.2 O sorteio será processado pela Subsecretaria de Comunicação Social de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Subsecretaria, nos termos dos subitens 14.2.1 e 14.3.
- 14.3.3 A relação prevista no subitem 14.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Subsecretaria.
- 14.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 14.3, mediante a apresentação à Subsecretaria de Comunicação Social de justificativa para a exclusão.
- 14.3.5 - Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 14.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 14.
- 14.3.6.1 - Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos, depois da impugnação, restar inferior ao mínimo exigido no subitem 14.3.
- 14.3.6.2 - Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 14.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 14.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

15 - DO CREDENCIAMENTO

15.1 - No dia, hora e local designados para recebimento dos envelopes, cada empresa licitante far-se-á representar por seu titular, ou pessoa devidamente credenciada e somente estes poderão atuar na formulação de propostas e na prática dos demais atos inerentes ao certame. No ato da Sessão Pública serão efetivadas as devidas comprovações quanto à existência dos necessários poderes para representação ou credenciamento através da apresentação dos documentos, em original ou cópia autenticada, conforme abaixo:

15.1.1- Se a empresa se fizer representar por seu sócio, deverá este, para que se promovam as devidas averiguações quanto à administração e gerência da sociedade, apresentar Carteira de Identidade ou documento equivalente, bem como o Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, ou no caso de empresário individual, a inscrição no registro público de empresas mercantis.

15.1.2- As microempresas ou empresas de pequeno porte, para se utilizarem dos benefícios introduzidos pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e a Lei Municipal nº 8.768, de 11 de agosto de 2017, deverão declarar sua condição, sob as penas da lei, conforme Anexo VI deste Edital.

15.1.3- Quando o licitante for Cooperativa Equiparada deverão ser apresentados os seguintes instrumentos: Cópia autenticada dos estatutos sociais e suas alterações posteriores; Ata de posse da atual diretoria, ambas devidamente registradas na Organização das Cooperativas Brasileiras ou em entidade estadual, se houver;

15.1.4- Caso seja designado outro representante, este deverá estar devidamente credenciado, sendo imprescindível, para que o credenciamento seja aceito, a apresentação dos seguintes documentos:

- a. Carteira de Identidade ou documento equivalente que contenha foto do credenciado;
- b. Procuração por instrumento público ou particular com firma

reconhecida ou Carta de Credenciamento com firma reconhecida, conforme modelo em anexo, firmada pelo representante legal da empresa, nos termos do seu Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social, documento este a ser apresentado, visando a comprovação da condição do titular para delegar poderes ao representante a ser credenciado, do qual constem poderes específicos para formular lances, negociar preços, interpor recursos e desistir de sua interposição e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame.

15.1.5- Os documentos relativos ao Credenciamento deverão ser apresentados a CPL, no momento da licitação, EM SEPARADO dos invólucros. Em hipótese nenhuma será admitida a abertura dos invólucros para retirada ou inclusão de quaisquer documentos.

15.2- As empresas licitantes que não fizerem o credenciamento, nas condições e forma previstas nos itens supramencionados, não terão participação ativa durante o presente certame, impedidas, portanto, de assinar e rubricar todo e quaisquer documentos e atas, solicitar vistas, esclarecimentos e informações, requerer impugnações e/ou reconsiderações, interpor recurso, inclusive aqueles relativos à fase de Habilitação, atos e decisões formais do pregoeiro.

15.3- O representante que estiver credenciado pela licitante, somente poderá ausentar-se do local de realização da sessão por motivo devidamente justificado e mediante autorização expressa da Comissão, sob pena da empresa ser considerada sem representação a partir daquele momento.

16 - DOS RECURSOS

16.1 – Das decisões da Comissão Permanente de Licitação caberá recurso por parte das licitantes.

16.2 – O recurso acima referido deverá ser protocolado dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da intimação do ato respectivo.

16.3 – O recurso deverá ser encaminhado, por escrito, à Comissão Permanente de Licitação, registrando-se a data de sua entrega, mediante protocolo.

16.4 – Interposto o recurso por quaisquer das licitantes, abrir-se-á vista dos mesmos às demais, com prazo de 5 (cinco) dias úteis, para impugnação.

16.5 – Impugnado ou não o recurso, a Comissão Permanente de Licitação o apreciará, podendo realizar instruções complementares e decidirá, motivadamente, pela manutenção ou pela reforma do ato recorrido, encaminhado, em qualquer situação, o recurso para decisão final da autoridade superior.

16.6 – Decairão do direito de impugnar os termos do Edital desta Licitação as empresas que, tendo-o aceito sem objeção, venham a apontar, depois do julgamento, falhas ou irregularidades que o viciaram, hipóteses em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

16.7 – Não serão aceitos os recursos enviados através de fax ou e-mail.

17 - DA HOMOLOGAÇÃO, DA ADJUDICAÇÃO, DO CONTRATO E DA GARANTIA

17.1 - Uma vez homologado o resultado da Licitação pela autoridade competente, o objeto será adjudicado à licitante vencedora, que será convocada, por escrito ou por publicação no Diário Oficial, com antecedência mínima de 03 (três) dias úteis, para assinatura do contrato, cuja minuta constitui o Anexo II do presente edital.

17.2 - Deixando a adjudicatária de assinar o contrato no prazo fixado, poderá a Comissão de Licitação, sem prejuízo da aplicação das sanções administrativas ao faltoso, convocar as licitantes remanescentes que tiverem sido classificadas, na respectiva ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições das outras licitantes vencedoras.

17.3 - Exigir-se-á da licitante vencedora uma garantia equivalente a 2,0% (dois por cento) do valor global do contrato, a ser obrigatoriamente apresentada pela adjudicatária na data da assinatura do Contrato ou, dependendo do caso, em até 03 (três) dias úteis a partir da assinatura do Contrato. Nos termos do § 1º do art. 56 da Lei n.º 8.666/93, a garantia será realizada mediante uma das seguintes modalidades.

- a) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) Seguro-garantia;
- c) Fiança bancária.

17.3.1 – No caso de título da dívida pública, este deverá ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda”;

17.3.2 - Na hipótese de caução prestada mediante carta de fiança bancária, esta deverá ser apresentada com firma reconhecida e conter a expressão “renúncia aos benefícios referidos no artigo 827 e ss do Código Civil;

17.3.3 – As garantias de que tratam os itens anteriores serão reforçadas, a fim de alcançar a proporção estabelecida no momento da assinatura do Contrato, sempre que se torne insubsistente;

17.3.4 – O CONTRATANTE poderá descontar do valor da caução toda e qualquer importância que lhe for devida pela licitante vencedora, a qualquer título, inclusive multas que lhe sejam impostas;

17.3.5 - A garantia, em qualquer das modalidades a que se refere o subitem 17.3, será liberada após a aceitação definitiva do objeto contratado ou quando da rescisão amigável do Contrato, caso não haja qualquer restrição, após requerimento formal da contratada, dirigido ao Presidente da Comissão de Licitação.

17.4 - São da exclusiva responsabilidade da contratada os ônus e obrigações correspondentes às legislações tributárias, trabalhistas inclusive os decorrentes de acordos, dissídios e convenções coletivas, e previdenciárias, que correrão por sua exclusiva conta.

17.5 – A empresa contratada responderá, também, por todos os danos e prejuízos que, a qualquer título, cause aos seus empregados, prepostos ou a terceiros em virtude da execução dos serviços a seu cargo, respondendo por si e por seus sucessores.

17.6 - A fiscalização da execução dos serviços caberá à Subsecretaria de Comunicação Social e a contratada submeter-se-á a todas as medidas, processos e procedimentos de fiscalização adotados pela

mesma. Os atos da fiscalização, inclusive inspeções e testes executados ou atestados pela aludida Secretaria e/ou por seus prepostos, não eximem a contratada de suas obrigações no que se refere ao cumprimento dos serviços e de suas especificações, nem de qualquer de suas responsabilidades legais e contratuais, em especial as vinculadas à qualidade dos serviços que deverão obedecer a todas as normas técnicas pertinentes e em especial àquelas expedidas pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

18 – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

18.1 - Os pagamentos serão efetuados, obrigatoriamente, através de crédito em conta corrente de titularidade da futura contratada, cujo número e agência deverão ser informados pela adjudicatária até a assinatura do contrato.

18.2 - A Contratada emitirá as faturas dos serviços realizados, aceitos e atestados pela contratante. Os pagamentos serão efetuados após regular liquidação da despesa, nos termos da legislação em vigor, descontando-se na fonte, se, e enquanto o Contratante for considerado responsável tributário, o valor das contribuições sociais a serem recolhidas ao INSS e o Imposto Sobre Serviços – ISS que incidirem sobre os serviços prestados, também nos termos da legislação tributária correspondente. O prazo para pagamento é de até 30 (trinta) dias, contados a partir da data final do período de adimplemento de cada parcela, desde que a correspondente fatura tenha sido apresentada em tempo hábil.

18.2.1 - No prazo de 05 (cinco) dias úteis, após recebidos os valores, a contratada deverá realizar o pagamento aos fornecedores.

18.2.2 - Caso se faça necessária a reapresentação de qualquer fatura por culpa exclusiva da contratada, o prazo de 30 (trinta) dias ficará suspenso, reiniciando-se a contar da data da respectiva reapresentação.

18.2.3 - Ocorrendo atraso no pagamento, desde que este não decorra de ato ou fato atribuível à contratada, o débito será atualizado de acordo com a TR *pro rata die* entre a data prevista para o vencimento da fatura até a data do efetivo pagamento,

bem como aplicação de penalização de 0,03% (três centésimos) ao mês sobre a parcela atrasada.

18.2.4 - Por eventuais antecipações nos pagamentos das faturas, a contratada concederá à Prefeitura um desconto, a título de compensação financeira, calculado de acordo com a TR *pro rata die*, contado a partir do dia seguinte do efetivo pagamento, até a data prevista para o seu pagamento.

18.2.5 - Quaisquer tributos ou encargos legais, criados, alterados ou extintos, bem como a superveniência de disposições legais ocorridas após a celebração do Contrato, desde que comprovadamente repercutam nos preços contratados, implicarão na revisão destes para mais ou menos, conforme o caso.

19 - DAS PENALIDADES

19.1 - Sem prejuízo da possibilidade de rescisão unilateral do contrato pela Administração, serão aplicadas, à agência contratada total ou parcialmente inadimplente, as sanções previstas nos artigos 86 e 87 da Lei 8.666/93, a saber:

- a) advertência;
- b) multa administrativa, graduável, conforme a gravidade da falta, não excedendo, em seu total, 20% (vinte por cento) do valor total do contrato, sem prejuízo da rescisão unilateral do mesmo, pela Administração;
- c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento para contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;
- 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 autoridade que aplicou a penalidade.

19.2 - A penalidade estabelecida na alínea "b" poderá ser aplicada de forma isolada ou cumulativamente com qualquer das demais, devendo a multa ser descontada da garantia que houver sido prestada. Se o valor da penalidade for superior ao da garantia, a multa será descontada dos eventuais créditos que a contratada tenha

em face da Prefeitura.

19.3 - Contra as decisões de que resultem a aplicação das penalidades, a contratada poderá, sempre sem efeito suspensivo, interpor os recursos cabíveis, na forma e nos prazos previstos na Lei 8.666/93, sendo-lhe garantido o amplo direito de defesa.

19.4 - A imposição das penas de advertência e multa será de competência da fiscalização.

19.5 - A aplicação da sanção prevista na alínea "d" é de competência exclusiva do Superintendente Municipal de Comunicação, facultada a defesa da Contratada no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista.

19.6 - O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará a contratada inadimplente à multa moratória de 1% (um por cento) ao dia, por dia útil que exceder o prazo, sobre o valor não atendido respeitados os limites da lei civil, sem prejuízo de outras sanções previstas neste Edital e na legislação inicialmente citada.

20 – DO RECEBIMENTO DO OBJETO DA LICITAÇÃO

20.1 - Executado o contrato, o seu objeto será recebido:

- a) provisoriamente, na forma prevista no art. 73, inciso I, na alínea a, da Lei Federal 8.666/93;
- b) definitivamente, na forma prevista no art. 73, inciso I, na alínea b, da Lei Federal 8.666/93, sem prejuízo da responsabilidade da Contratada.

20.2 - A Contratada é obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstituir ou substituir, às suas expensas no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.

20.3 - A Contratada não poderá subcontratar, no todo ou em parte, ou sob qualquer forma, transferir ou ceder a terceiros os serviços contratados por decorrência desta licitação, sem consentimento prévio e expresso da Prefeitura, não implicando tal consentimento, se ocorrer, em qualquer vínculo entre o Contratante e eventuais subcontratadas, permanecendo a Contratada com a total responsabilidade de subcontratação, inclusive por danos causados a

terceiros.

20.3.1 – É expressamente vedada a subcontratação dos serviços típicos de agência.

20.4 - A Contratada designará, por escrito, e manterá representante perante a Prefeitura, em regime de tempo integral, encarregado de conduzir a execução dos serviços contratados em decorrência desta licitação.

20.5 - O recebimento provisório ou definitivo do objeto do Contrato não exclui a responsabilidade civil a ele relativa, nem a ético-profissional, pela perfeita execução do Contrato.

21 - DO FORO

21.1 - O foro da cidade de Campos dos Goytacazes é designado como o competente para dirimir quaisquer controvérsias relativas a esta concorrência e a adjudicação, contratação e execução dela decorrentes.

22 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

22.1 – A participação na licitação, caracterizada pela apresentação da proposta, sem objeção manifestada na forma e prazos legais, implica na aceitação integral das condições do Edital e seus anexos.

22.2 – Será desconsiderado qualquer material promocional ou informativo, textos, prospectos, publicações ou outro material que acompanhe a proposta e não tenha sido solicitado.

22.3 – A apresentação de qualquer documento redigido originalmente em língua estrangeira e em qualquer fase da licitação deverá ser acompanhada de tradução para a língua portuguesa, feita por tradutor juramentado, sob pena de ser desconsiderado para os fins a que se destina.

22.4 – Não será considerada a proposta encaminhada por via postal ou apresentada após o início da sessão pública de abertura dos invólucros.

22.5 – A licitante é responsável pela veracidade das informações prestadas.

22.6 – É reservado à Prefeitura o direito de desclassificar a proposta

que contiver informação que se revele não ser verdadeira.

22.7 – As atas das reuniões, das quais participarem as licitantes, deverão ser rubricadas, valendo como intimação dos atos nelas consignados.

22.9 – Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Licitação.

22.10 – Fica a licitante sujeita às sanções administrativas, cíveis e penais cabíveis caso apresente, na licitação, qualquer declaração falsa que não corresponda à realidade dos fatos.

22.11 – Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Subsecretaria.

22.12 – É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

22.13 - Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

22.14 - A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (invólucro 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

22.15 - Os documentos exigidos para esta Licitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente, ou publicação em Órgão da Imprensa Oficial. Os que forem de emissão da própria proponente deverão ser em papel timbrado da licitante, registrar o número desta licitação, estar datados e assinados por seu representante legal ou preposto formalmente

estabelecido. Os funcionários do Setor de Licitações não autenticarão documentos, cabendo ao Pregoeiro e/ou Comissão apenas as atribuições de receber, examinar e julgar os documentos. Os documentos e certidões emitidas pela Internet terão, conforme o caso, sua autenticidade verificada no momento do certame.

22.16 – A Subsecretaria, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

22.17 – São os seguintes os anexos deste Edital, que dele fazem parte integrante e complementar:

Anexo I – *Briefing*

Anexo II – Minuta de Contrato

Anexo III – Declaração de Elaboração Independente de Proposta

Anexo IV – Planilha de Preços Sujeitos à valoração

Anexo V – Carta de Credenciamento

Anexo VI – Declaração de Enquadramento de ME ou EPP

Campos dos Goytacazes, 27 de setembro de 2021.

Luiz Augusto Maria da Costa Pessanha
Subsecretário de Comunicação Social

Anexo I – *Briefing*



BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

Nas últimas décadas, grande parte da economia de Campos girou em torno dos royalties – indenizações pagas ao município pela exploração de petróleo e gás natural na Bacia de Campos. Com a receita municipal fortemente atrelada a estes recursos, as administrações municipais pouco se preocuparam com o desenvolvimento de novas matrizes econômicas e com o fortalecimento da receita própria.

Esta situação começou a mudar em 2015, quando, diante da redução no preço do barril de petróleo no mercado internacional, os municípios produtores da região viram sua receita de royalties diminuir consideravelmente, o que se refletiu em dificuldades para manter a máquina administrativa e, alguns casos, até mesmo a manutenção de serviços à população. No caso de Campos dos Goytacazes, a queda de receita chegou a aproximadamente R\$ 1 bilhão por ano.

A atual gestão, depois de adotar medidas de contenção de despesas e otimização de gastos públicos, tem dado uma ênfase especial a busca de novas alternativas econômicas. Com este propósito, a prefeitura de Campos lançou o programa de “Campos para além dos royalties”, prevendo diversas ações, como o apoio a economia solidária, inovação, sustentabilidade e empreendedorismo. A partir de 2018, foram viabilizadas diversas iniciativas, como:

Casa do Empreendedor – A antiga Casa Brasil Portugal foi transformada na Casa do Empreendedor, um local que centraliza uma série de serviços que visam à desburocratização de questões ligadas à micro e pequenos empreendedores do município. No espaço, estão disponíveis serviços para abertura de empresas, um núcleo do Fundecam Empreendedor (programa de microcrédito) e uma delegacia da JUCERJA – Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro.

Tomatec – Com o objetivo de incentivar a diversificação agrícola, foi lançado em 2018 o Tomatec, um projeto desenvolvido numa parceria entre a Prefeitura de Campos com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). Na primeira etapa, foram plantadas quatro unidades de tomate italiano em pequenas propriedades rurais do município. Com o sucesso da colheita, o programa será ampliado, abrangendo outras propriedades rurais e também e também outras culturas. O projeto tem o apoio da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Empresa de Pesquisa



Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro (Pesagro-RJ) e Fórum de Produtores Rurais AgroNorte.

Apoio ao cooperativismo – A “Caravana Campos para Além dos Royalties” viabilizou a formação da Cooperativa de Mulheres Trabalhadoras da Pesca de Farol de São Thomé. Cento e vinte trabalhadoras receberam a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP), emitida pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Em ater), uma ação prevista pelo planejamento Estratégico da Superintendência Municipal de Pesca e Aquicultura. A formalização das profissionais ajudou a manter empregos e gerar renda no litoral do município.

Fundecam Crédito Certo - A Prefeitura de Campos reestruturou Fundecam, criando quatro linhas de crédito: Fundecam Empreendedor, Fundecam Inovação, Fundecam Agricultura Familiar e Fundecam Economia Solidária. O objetivo é incentivar o desenvolvimento de negócios no município, através da oferta de crédito com recursos do próprio Município e facilitando o pagamento. Somente através do Fundecam Empreendedor, já foram assinados mais de 300 contratos, que ajudaram a manter e gerar centenas de empregos e a movimentar a economia local.

Viva a Ciência - Através do Fundecam Crédito Certo, a Prefeitura de Campos financiou 30 bolsas de iniciação científica - no valor mensal de R\$ 400 - para estudantes universitários de Campos. Os projetos, selecionados através do edital público, se destinam a buscar soluções para os desafios do município em diversos setores, como transporte, habilitação, saneamento, saúde e meio ambiente. O Viva a Ciência também conta com a parceria das instituições de ensino superior do município. Diante do sucesso da iniciativa, em 2019 o governo municipal ampliou o programa para os estudantes do Ensino Fundamental II, criando o “Viva a Ciência na Escola”.

2. TRABALHO E RENDIMENTO

Em 2016, o salário médio mensal era de 2.5 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 20.6%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 15 de 92 e 35 de 92, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 502 de 5570 e 1207 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 37.7% da população nessas condições, o que o colocava na posição 16 de 92 dentre as cidades do estado e na posição 3058 de 5570 dentre as cidades do Brasil.



3. EDUCAÇÃO

Em 2015, os alunos dos anos iniciais da rede pública da cidade tiveram nota média de 5 no IDEB. Para os alunos dos anos finais, essa nota foi de 3.5. Na comparação com cidades do mesmo estado, a nota dos alunos dos anos iniciais colocava esta cidade na posição 48 de 92. Considerando a nota dos alunos dos anos finais, a posição passava a 85 de 92. A taxa de escolarização (para pessoas de 6 a 14 anos) foi de 97.3 em 2010. Isso posicionava o município na posição 61 de 92 dentre as cidades do estado e na posição 3221 de 5570 dentre as cidades do Brasil.

4. ECONOMIA

O Produto Interno Bruto per capita em 2016 foi de R\$ 35.475,94, tendo o município um total de receitas realizadas em 2017 no valor de R\$ 1.734.230,00, com um total de despesas empenhadas no mesmo ano de R\$ 1.663.245,00.

A cidade é um importante centro comercial e financeiro que abrange o norte noroeste fluminense e o sul capixaba. É a 50ª cidade mais rica do país e a que mais investe em recursos per capita do Brasil. Campos também é a segunda cidade no estado que tem crescido mais o setor hoteleiro em 2014: só na área nobre da cidade, são 14 prédios comerciais e residenciais em construção.

No centro da cidade, há um forte e diversificado comércio popular. Na rua João Pessoa, está a maior concentração de lojas de roupas populares.

No bairro da Pelinca, na avenida de mesmo nome, podemos encontrar o segundo centro comercial e financeiro da cidade, onde estão as lojas mais renomadas e diversos shoppings. Por conter a maior parte dos bares e restaurantes da cidade, a Pelinca é considerada rica e sempre movimentada, principalmente à noite. Assim, se tornando um bairro nobre. Na região, também está localizado o Shopping Avenida 28, o Shopping Pelinca Square Center e a loja Leader.

Em abril de 2011, foi inaugurado o Boulevard Shopping, aquecendo mais ainda a economia na cidade, trazendo grandes lojas e marcas para o município, além de auxiliar no crescimento do parque rodoviário, bairro na cidade que tem sua principal via a Rodovia BR-101. Este mesmo bairro terá novos condomínios horizontais, Damha Campos e Royal Boulevard. Ao lado do Boulevard Shopping, está, localizado, o hotel Tulip Inn Campos, o que vai movimentar ainda mais a economia e o desenvolvimento da região.



Ao largo de suas costas, no Oceano Atlântico, há um forte polo de exploração de petróleo e gás natural pela Petrobras, na plataforma continental. A cidade é a maior produtora de petróleo do Brasil, além de concentrar a maior parte da indústria cerâmica fluminense.

5. CLIMA

Segundo dados do Instituto Nacional de Meteorologia (INMET), desde 1961 a menor temperatura registrada em Campos dos Goytacazes foi de 10,7 °C em 30 de abril de 1986, e a maior atingiu 41,6 °C em 31 de outubro de 2012. Temperaturas máximas iguais ou acima dos 40 °C também ocorreram em 29 de dezembro de 2014 (40,8 °C), 22 de fevereiro de 1989 (40,6 °C), 5 de fevereiro de 1998 (40,2 °C), 10 de fevereiro de 1998 (40,1 °C), 20 de fevereiro de 1971 (40 °C), 30 de dezembro de 2014 (40 °C) e 1º de janeiro de 2016 (40 °C).

Ainda de acordo com o INMET, o maior acumulado de precipitação em 24 horas no mesmo período foi de 149,7 milímetros (mm) em 2 de novembro de 1977.

6. HISTÓRIA DO MUNICÍPIO

Com a mais vasta área do estado do Rio de Janeiro, os campos dos índios Goytacazes (termo que, trazido para o português, pode significar “corredores da mata” para uns ou “índios nadadores” para outros), faziam parte da capitania de Pero Góis da Silveira, conforme consta na Carta de Doação de 28 de agosto de 1536.

Originalmente habitadas pelos índios goitacás. Após o fracasso da capitania de São Tomé, a grande baixada foi tomada pela tribo goitacá. Durante o século XVII, diversas tentativas de ocupação da planície foram feitas, entretanto, todos que estavam em confronto com os índios eram dizimados. Somente com a chegada dos jesuítas e beneditinos na região, e da pacificação junto aos índios, é que as terras passaram a ser conhecidas pelos colonizadores e senhores de engenhos.

A colonização de origem portuguesa de fato só se iniciou a partir de 1627, quando o governador Martim Correia de Sá, em reconhecimento devido ao heroísmo nas lutas contras os índios, doou algumas porções de terra da capitania aos Sete Capitães, que, em 1633, construíram currais para o gado, próximos da Lagoa Feia e da ponta de São Tomé.



Os novos colonizadores pretendiam desenvolver a criação de gado na região, com o objetivo de aproveitá-los nos trabalhos dos engenhos. Na enseada da Guanabara, não havia áreas para criação de gado, pois a área estava ocupada com a cana-de-açúcar. Desde então, começou a verdadeira ocupação de origem portuguesa da cidade de Campos. Os capitães, que moravam em seus engenhos no Rio de Janeiro e Cabo Frio, arrendaram quinhões de suas sesmarias, contribuindo assim para o crescimento da população. A criação de gado se multiplicou de forma assombrosa, tal como a diversificação de atividades. Campos foi a primeira cidade da América Latina a ter uma rede iluminação pública.

Canaviais começaram a aparecer nas regiões mais elevadas da planície e a política, até então estável, foi quebrada com a chegada de latifundiários poderosos, entre eles Salvador Corrêa de Sá e Benevides, que abusou do poder e da posição (pois era o governador da capitania na época), estabeleceu parcerias com os religiosos, se beneficiavam na partilha da planície. Começaram então, as lutas pelas terras. De um lado, herdeiros dos capitães, pioneiros, colonos, campeiros e vaquejadores; de outro, os Assecas, herdeiros de Salvador de Sá. Durante aproximadamente 100 anos, a capitania viveu em conflitos pela posse das terras, a Coroa chegou a retomar a terra várias vezes, mas, devido às crises vividas pela mesma, voltou para as mãos dos Assecas. Somente em 1752, com a compra da capitania e a contribuição pecuniária da própria população, é que a região foi finalmente pacificada.

No decorrer do domínio dos Assecas, a pequena propriedade predominava, mas também condicionada pelo meio natural, devido à existência de áreas contínuas de grande extensão, já que havia inúmeras lagoas. A partir do domínio da cana-de-açúcar, a região passou por um período de recuperação, mas continuava isolada da capital. No início dos anos 1800, toda a planície encontrava-se ocupada e partilhada, mas ainda restavam quatro latifúndios: Colégio dos Jesuítas e São Bento (correspondentes à cidade de Campos e seu entorno), Quissamã (primeira região da América Latina a receber energia elétrica), além da fazenda dos Assecas, onde surgiu o povoado da barra seca (atual município de São Francisco de Itabapoana).

Em 1873, com o aparecimento da ferrovia, facilitou a circulação transformando o município em centro ferroviário da região. A grande riqueza de Campos no séc. XIX pode ser acreditada à expansão da produção açucareira, inicialmente apoiada nos engenhos a vapor, mas tarde substituídos por usinas. Em 1875, a região contava com 245 engenhos de açúcar e, por volta do ano de 1879, foi construída a primeira usina, batizada como Usina Central do Limão. Entretanto várias dessas antigas usinas fecharam ou foram absorvidas pelas maiores em anos recentes, concentrando-se a produção em menor número de estabelecimentos.



A pecuária sempre manteve seu papel importante na economia da região e o café foi responsável pela prosperidade dos antigos distritos de Cardoso Moreira e Italva, atualmente desmembrados de Campos. No nordeste do município, hoje predomina o gado leiteiro.

A descoberta de petróleo e gás natural na plataforma continental da Bacia de Campos tem propiciado o aumento significativo da receita municipal nos últimos anos, por meio do recebimento de royalties excedentes e participações especiais.

Por sua arquitetura eclética, Campos é considerada um museu a céu aberto – ficando atrás só da cidade do Rio de Janeiro. O município foi palco de importantes acontecimentos: recebeu quatro vezes o imperador D. Pedro II, foi a primeira cidade da América Latina a se dotada de luz elétrica, teve um campista na Presidência da República e alguns no governo estadual.

A cidade se sobressai ainda por seus prédios históricos, o patrimônio cultural (as danças típicas como o jongo e a Mana Chica; as festas tradicionais e as bandas centenárias).

7. ATRATIVOS DE CAMPOS DOS GOYTACAZES:

Farol de São Tomé – A única praia do município possui águas limpas e um cenário que atrai surfistas de todo o país. Na orla, destacam-se as casuarinas, que formam uma sombra agradável para o passeio das famílias. Nos meses de verão, contando com a parceria da iniciativa privada, a Prefeitura de Campos realiza na praia o projeto “Alô Farol”, promovendo diversos shows com artistas nacionais e locais, eventos esportivos, culturais e de lazer. Num único final de semana, a praia chega a receber mais de 100 mil visitantes. O Farol também se movimenta graças a eventos realizados durante o ano, como o tradicional Festival de Petiscos.

Lagoa de Cima – Localizada a 28 km do Centro da cidade, com acesso por via asfaltada, a lagoa é uma das mais bonitas do país, cercada de montanhas. Suas águas tranquilas são um convite ao banho e aos esportes náuticos. Em suas margens encontram-se diversos bares e restaurantes.

Lagoa Feia – Maior lagoa de água doce do estado do Rio de Janeiro e segunda maior do Brasil, a Lagoa Feia possui 138km² de espelho d’água. É o cenário ideal para a pesca e esportes náuticos. Os principais acessos são através do Canal das Flechas (ligação da



lagoa com o mar) e da localidade de Ponta Grossa dos Fidalgos, onde existe uma boa infraestrutura de bares e restaurantes.

Imbé – A região concentra grandes reservas de Mata Atlântica, como o Parque Estadual do Desengano – maior unidade de conservação do estado, com 22.400 hectares. O Imbé possui muitas montanhas, com nascentes e cachoeiras, além de diversos exemplares da fauna e da flora – alguns em extinção. Entre os pontos de maior interesse turístico estão as cachoeiras Tombo D'Água e Maracanã, que formam belas piscinas naturais, ideais para banho.

Rio Preto – Localizada a 45 km do Centro da cidade, esta região montanhosa é ideal para o ecoturismo. Possuem lindas cachoeiras de fácil acesso, além de um grande número de pousadas rurais, que oferecem comidas típicas, passeios a cavalo e caminhadas por diversas trilhas. O acesso é feito por estrada asfaltada.

Casarões históricos – Com três séculos e meio de história, Campos tem diversos prédios do tempo do Brasil Colônia e do Brasil Império. Destacam-se o Solar do Colégio (em estilo barroco jesuítico, da metade do século XVII, é a atual sede do Arquivo Público de Campos), Solar do Visconde de Araruama (construído na Praça do Santíssimo Salvador em 1852, atualmente é a sede do Museu Histórico de Campos), Solar do Barão de Carapebus (construído em 1846, é a sede do Asilo do Carmo), Solar do Barão da Lagoa Dourada (construído em 1860, é a sede do Liceu de Humanidades de Campos) e o Solar dos Airizes (construído em meados do século XIX, serviu de inspiração e cenário para o escritor Bernardo Guimarães, autor do romance “A Escrava Isaura”).

Museu Histórico de Campos – Localizado na praça do santíssimo Salvador, região central da cidade, o museu ocupa o Solar do visconde de Araruama, construído no final do século XVIII. Seu acervo reúne diversas peças que contam a história do município, como objetos e ossadas dos índios goitacás, a biblioteca que pertenceu ao Presidente da República Nilo Peçanha (nascido em Campos) e equipamentos da época de ouro das ferrovias.

Igrejas - A tradição católica vinda para o Brasil com os portugueses deixou belíssimos templos, construídos em épocas e estilos diferentes. A principal igreja, a Basílica do Santíssimo Salvador, tem estilo neoclássico. Também se destacam o Mosteiro de São Bento e as igrejas de São Francisco (onde está localizado o marco de fundação da Vila de São Salvador de Campos dos Goytacazes, de 1677), Nossa Senhora da Boa Morte, Nossa Senhora do Carmo, Nossa Senhora do Terço e São Benedito.



Festa de Santo Amaro – A devoção ao santo padroeiro da Baixada Campistas leva à realização de uma das maiores e mais tradicionais festas religiosas do país. O ponto alto é o dia 15 de janeiro, Dia de Santo Amaro, quando milhares de romeiros percorrem a pé os 40 km entre Campos e o distrito de Santo Amaro, pagando promessas e agradecendo pelas graças recebidas. Outra atração é a Cavalhada, a simulação de uma luta entre mouros e cristãos que acontece há 286 anos.

Doces – Campos é conhecida pelos seus doces. A tradição dos portugueses deixou suas marcas, como o chuíscio e a ambrosia. Campos também é conhecida pela sua goiabada caseira e diversas outras iguarias que fazem a delícia dos visitantes.

Campos dos Goytacazes é o maior município do estado do Rio de Janeiro. Localizado na Região Norte Fluminense, uma das principais produtoras de petróleo e gás natural do Brasil, ele ocupa uma área de 4.026km² rica em cenários variados, sendo predominantemente uma planície, com regiões de montanhas, rios, praia e lagos. São 511.168 habitantes de acordo com os dados do IBGE, o que faz dele o município mais populoso do interior do estado.

8. SOBRE AÇÕES DA PREFEITURA

Mesmo que toda a comunicação do Executivo Municipal tenha um fator institucional como elemento preponderante, toda a divulgação correlata, em particular de ações específicas da Prefeitura ou mesmo de apresentação de novos equipamentos públicos, tem como fator coadjuvante a promoção destes atos e a sensibilização da sua importância para os munícipes.

Desta forma, é importante salientar que, ao lado do aspecto de cidadania destas atividades de comunicação social, existe um público que precisa ser claramente impactado para que os objetivos das mensagens produzidas sejam alcançados. Aliar os elementos relativos ao impacto necessário desta mensagem, sem perder de vista as metas claras definidas nos pedidos de divulgação dos mais diversos setores é fundamento a ser observado por todas as candidatas no desenvolvimento de suas campanhas e deve, sempre, ser aspecto avaliado pelos gestores de comunicação ao aprovar as peças desenvolvidas pelas agências de comunicação prestadoras de serviço ao Poder Público Municipal.

9. O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA PREFEITURA DE CAMPOS DOS GOYTACAZES



A Comunicação é essencial para garantir a divulgação de informações para todos os públicos da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes. Faz parte da responsabilidade da Subsecretaria de Comunicação Social garantir o acesso à informação para a população campista, divulgando serviços disponíveis, campanhas, investimentos e demais dados de interesse público, além de promover a mobilização social para adoção de comportamentos, individuais ou coletivos, na melhoria da qualidade de vida da população.

O termo Publicidade Institucional designa as Campanhas Publicitárias que anunciam conceitos agregados especificamente a uma empresa, marca ou instituição e não um produto ou serviço específico. Quando aplicado à gestão pública, o termo se adequa a todas aquelas ações de comunicação institucional de interesse maior da população, envolvendo da prestação de contas as ações multidisciplinares do governo envolvendo diretamente o Poder Executivo através de suas diversas secretarias e órgãos.

Além do público interno, a publicidade institucional governamental deve atingir em seu corpo estratégico a sociedade segmentada em três públicos estratégicos: o cidadão, o contribuinte e o usuário de serviços públicos. Nestas três instâncias temos questões conceituais diferentes que precisam de tratamentos criativos específicos para levar os princípios do poder público a todas as esferas da sociedade.

Diversas ações de interesse público envolvem a divulgação dos princípios que o governo municipal está definindo para atuar. Comunicar isto para a população faz parte não apenas da obrigação democrática, mas da transparência saudável ao acompanhamento dos resultados de uma prefeitura. Mais que obter a adesão, a Propaganda Governamental Institucional contemporânea tem como foco interagir com a população fomentando a ação conjunta na busca do bem comum.

10. O IMPOSTO PREDIAL E TERRITORIAL URBANO

O Imposto Predial e Territorial Urbano é previsto em lei e válido para todos os residentes na zona urbana do Município. Por constituir-se num imposto onde 100% da arrecadação vai para os cofres municipais, esse tributo, pago por pessoas físicas ou jurídicas pela posse, propriedade ou domínio útil de imóvel (área construída e/ou terreno) localizado em zona ou extensão urbana, é um dos principais responsáveis por trazer melhorias para a cidade.

O imposto ainda tem um forte caráter social, pois 15% do que é arrecadado é destinado à saúde e 25% é investido na educação, conforme previsto na Constituição



Federal. O restante é aplicado na execução de obras e de serviços essenciais, a exemplo da limpeza pública e da coleta de lixo.

No caso do município de Campos dos Goytacazes, a questão da arrecadação do IPTU ainda fica mais grave quando se pensa que, a inadimplência supera a cada dos 50%, impactando as possibilidades de expansão dos serviços públicos no atual cenário econômico do Estado do Rio de Janeiro.

Para o dono do imóvel, não pagar o IPTU significa receber uma multa com correção monetária para cada mês atrasado. Caso não haja pagamento, a prefeitura insere o nome do contribuinte na dívida ativa do município. Em casos mais graves, o nome do proprietário vai para o Cadin, que é uma espécie de SPC de quem deve para o setor público.

No cenário mais intenso, quando a dívida é muito grande, o locador pode ser acionado na Justiça e o imóvel - ou outros bens podem ser tomados pela prefeitura como forma de quitação.

11. DESAFIO DA COMUNICAÇÃO

Trabalhar em um contexto que se transforma a cada dia, numa velocidade acelerada, requer um constante olhar sobre a comunicação e suas inovações. No Brasil, o número de pessoas que consomem plataformas e veículos de comunicação tem crescido de maneira considerável, o que tem motivado empresas e governos a tirarem proveito dos benefícios que elas oferecem.

No âmbito governamental, os instrumentos de comunicação são utilizados para prestar informações, mobilizar, engajar, educar e oferecer facilidades aos cidadãos.

No IPTU de 2020, a Prefeitura de Campos dos Goytacazes tributou um total de 186.453 imóveis. O valor gerado foi de R\$ 116,8 milhões, e o valor pago atingiu apenas R\$ 57,3 milhões, com um índice de inadimplência de 51,04%, segundo dados da Secretaria Municipal de Fazenda.

A intenção é promover o aumento da arrecadação, esclarecer os principais benefícios fomentados por esse tributo e fazer o contribuinte compreender que o pagamento do IPTU não deve ser visto como uma imposição da lei (obrigação), mas como um dever social, em ato de cidadania, que se materializa em um investimento que o cidadão faz na própria cidade.



Como diretrizes construtivas gerais da campanha, a divulgação do IPTU para o ano de 2022 deve tomar como base um calendário simulado que se inicia no mês de março, reforçando que o pagamento em cota única pode dar descontos aos contribuintes. Em 2020, por exemplo, o desconto para quem optou para o pagamento em cota única foi de 10%.

Diante desse cenário, urge a necessidade de criar uma campanha publicitária de utilidade pública que informe e sensibilize a população campista para o tema, visando uma mudança de comportamento que resulte na diminuição do número de inadimplentes, gerando, conseqüentemente, um aumento na receita própria do Município, um dos desafios da atual gestão.

12. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

12.1. OBJETIVO GERAL

Apresentar uma campanha publicitária que responda ao desafio de reduzir o índice de inadimplência, de modo a contribuir para que o município aumente sua receita própria e possa ampliar os investimentos que resultem em melhoria da qualidade de vida da população campista.

Desta forma, cada uma das concorrentes deve apresentar roteiros, layouts e textos com base nas informações aqui prestadas, ficando facultado às agências apresentar exemplos de roteiros de filmes e/ou storyboards e de roteiros para outras peças eletrônicas, caso julguem necessários para a melhor visualização e apresentação da campanha.

Todos os veículos de largo alcance podem ser contemplados na estratégia de mídia, inclusive os digitais e os recursos próprios da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes.

13. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimular o pagamento do IPTU em cota única.
- Esclarecer e destacar para a população sobre a importância do pagamento do imposto em dia.



- Informar que os recursos obtidos com o pagamento do IPTU são revertidos em melhorias para o município.
- Alertar que a inadimplência pode gerar transtornos futuros para o contribuinte.

14. PÚBLICOS-ALVO

Sociedade em geral (homens e mulheres, maiores de 18 anos, das classes sociais A, B, C, D e E).

15. PERÍODO

30 dias

16. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo de alocação de recursos para a produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha publicitária do presente instrumento, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

17. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes.

- Portal: WWW.campos.rj.gov.br
- Facebook: WWW.facebook.com/PrefCamposdosGoytacazes
- Instagram: WWW.Instagram.com/campos.pmcg

Campos dos Goytacazes, 23 de agosto de 2021.

Anexo II – Minuta de Contrato

Anexo II – Minuta de Contrato

CONTRATO Nº ___/2021

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES, COM A PARTICIPAÇÃO DOS ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA, QUE SUBSCREVEM ESTE INSTRUMENTO, OU QUE A ELE ADIRAM, E A EMPRESA _____.

O MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES, com sede na Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado nº 47, Bairro Parque Santo Amaro, Campos dos Goytacazes, RJ, inscrito no CNPJ/MF do Ministério da Fazenda sob o nº 29.116.894/0001-61, doravante denominada, simplesmente, **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo Senhor Subsecretário de Comunicação Social, **LUIZ AUGUSTO MARIA DA COSTA PESSANHA**, e com a participação dos órgão da Administração Direta e Indireta, que subscrevem o presente instrumento, neste ato representados pelos seus titulares, e a empresa _____, situada na _____, n.º _____, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, neste ato representada por seu _____, portador da Carteira de Identidade n.º _____, expedida pelo _____ inscrito no CPF sob o n.º _____, doravante designada **CONTRATADA**, firmam o presente **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**, conforme decidido no Processo Administrativo n.º 2021.202.000012-2-PR, decorrente de Licitação na modalidade de CONCORRÊNCIA n.º 001/2021, que se regerá por toda a legislação aplicável à espécie, pela Lei Federal n.º 8666/93, com suas alterações posteriores, pelo

Decreto Municipal nº 016/05, e respectivas alterações, e pelas cláusulas e condições adiante vistas e acordadas.

ÓRGÃOS PARTICIPANTES: _____

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1 - Constituem objeto do presente contrato a contratação de uma agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e divulgação dos programas, ações e campanhas institucionais do Município de Campos dos Goytacazes, conforme condições e especificações estabelecidas na Lei nº 12.232, de 29/04/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 8.666, de 21/06/1993 e alterações posteriores, na Lei nº 4.680 de 18/06/1965, no Decreto nº 57.690, de 01/02/1996, no Decreto nº 2.262, de 26/06/1997 e alterações posteriores, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) e na Lei Complementar 123, de 14/12/2006, que incluem, fundamentalmente:

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

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

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

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

1.2 - Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2 - A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, 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 1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3- A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

4- A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

Parágrafo Primeiro - A prestação dos serviços, nos termos da proposta técnica apresentada pela Contratada e das disposições deste contrato, será específica às campanhas de interesse da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes e se regerá pelo que dispõe a legislação acima indicada, observando-se ainda, em sua execução, as normas emanadas do Edital de Concorrência nº 001/2021.

Parágrafo Segundo – A prestação dos serviços objeto deste contrato se regerá, em especial, pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária recomendadas pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda.

Parágrafo Terceiro – Os serviços deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação de recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

Parágrafo Quarto – Além dos dispositivos ora pactuados, no presente contrato, a Contratada obedecerá ainda ao estipulado nas disposições constantes dos documentos adiante numerados, que integram o Processo nº 2021.202.000012-2-PR, que, independentemente de transcrição, fazem parte integrante e complementar deste instrumento:

I - Edital de Concorrência nº. 001/2021;

II - Documentos de Habilitação e Proposta da respectiva Contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA - DOS EQUIPAMENTOS, MATERIAIS E PESSOAL

O Contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, respondendo cada qual pelas consequências de seu inadimplemento ou descumprimento total ou parcial.

Parágrafo Primeiro - A Contratada está obrigada a manter no local dos serviços, pelos prazos que, à vista do cronograma, forem determinados pela Fiscalização na forma da Cláusula Décima, os materiais, equipamentos e o pessoal necessário à execução dos trabalhos.

Parágrafo Segundo - A Contratada está obrigada a afastar do serviço qualquer empregado, preposto ou subordinado cuja presença, a juízo da Fiscalização, seja considerada prejudicial ao bom andamento, regularidade e perfeição dos trabalhos.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO PRAZO

O prazo de vigência deste Contrato é de 12 (doze) meses, podendo se prorrogado até o prazo permitido na Lei Federal nº. 8.666/93, e suas alterações.

Parágrafo Primeiro – A contagem do prazo contratual terá início no dia seguinte ao recebimento, pela CONTRATADA, da ordem formal autorizando o início da execução contratual, a ser emitida pela CONTRATANTE.

Parágrafo Segundo - Na contagem de prazos, é excluído o dia de início e incluído o do vencimento. Os prazos somente se iniciam e vencem em dias em que houver expediente de trabalho normal na Prefeitura.

Parágrafo Terceiro – Estabelecem as partes que a Administração poderá resilir o contrato sem que assista à contratada qualquer direito de exigir indenização, em caso de não renovação da autorização de despesa para o restante do prazo contratual.

CLÁUSULA QUARTA - DO RECURSO ORÇAMENTÁRIO E DO VALOR ESTIMADO

As despesas com o presente contrato, por 12 (doze) meses de vigência, estão estimadas em R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

Parágrafo primeiro - Os recursos necessários à execução dos serviços ora licitados correrão à conta da seguinte dotação

orçamentária: Programa de Trabalho n.º 2413100952386, Natureza de Despesa n.º 339039, disponibilizados através da correspondente fonte e dotação orçamentária e eventuais créditos suplementares, bem como das dotações orçamentárias respectivas de cada órgão da Administração Pública Direta e Indireta, que, como partícipes, ora também figuram como Contratantes.

Parágrafo Segundo – As despesas relativas a cada exercício correrão por conta das dotações orçamentárias respectivas de cada órgão ou setor, inclusive a Subsecretaria de Comunicação Social, as quais deverão ser empenhadas ao início de cada exercício, dado o caráter plurianual do contrato.

Parágrafo Terceiro – Os valores estimados nesta cláusula serão utilizados segundo a disponibilidade orçamentária, observando-se sempre o interesse público na definição das prioridades e necessidades.

Parágrafo Quarto – O Contratante se reserva o direito de, a seu critério e consoante a avaliação do interesse público, utilizar ou não o valor total estimado para as despesas.

CLÁUSULA QUINTA – DO PREÇO E DO SEU PAGAMENTO

A Contratada receberá do Contratante, pela prestação de serviços objeto deste Contrato, a remuneração prevista na sua proposta de preços, desde já pactuando as partes que:

- a) Honorários de % (.....por cento), incidente sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

- b) Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.
- c) Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- d) Desconto de % (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro – SINAPRO/RJ, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA;
- e) Será descontado na fonte, enquanto o Contratante for considerado responsável tributário, o valor das contribuições sociais a serem recolhidas ao INSS e o Imposto Sobre Serviços – ISS que incidirem sobre os serviços prestados, nos termos da legislação tributária correspondente.

Parágrafo Primeiro - Os pagamentos serão efetuados, obrigatoriamente, através de crédito em conta da Contratada, cujo banco, agência e conta deverão ser informados, por escrito, até a assinatura do contrato.

Parágrafo Segundo – A Contratada emitirá as faturas dos serviços realizados, aceitos e verificados pela fiscalização, que serão encaminhadas à Subsecretaria de Comunicação Social. Os pagamentos serão efetuados após regular liquidação da despesa, nos termos da legislação em vigor.

Parágrafo Terceiro - O prazo para pagamento é de 30 (trinta) dias, contados a partir da data final do adimplemento do respectivo serviço. Caso ocorra qualquer problema na emissão da correspondente fatura, por culpa exclusiva da Contratada, o prazo de 30 (trinta) dias ficará suspenso, reiniciando-se a partir da correção do problema.

Parágrafo Quarto – No prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis após receber os valores, a Contratada deverá realizar o pagamento aos fornecedores, sob pena de rescisão contratual.

Parágrafo Quinto - Ocorrendo atraso no pagamento, desde que este não decorra de ato ou fato atribuível à Contratada, o débito será atualizado de acordo com a TR *pro rata die* entre a data prevista para o pagamento e a data do efetivo pagamento.

Parágrafo Sexto – A penalização para o caso estabelecido no parágrafo anterior será de 0,03% (três centésimos por cento) ao mês sobre o valor faturado.

Parágrafo Sétimo – Ocorrendo antecipações no pagamento, o valor da fatura correspondente sofrerá desconto, a título de compensação financeira, calculado pela TR *pro rata die*, contado a partir do dia seguinte do efetivo pagamento até a data prevista para o seu vencimento.

Parágrafo Oitavo - Para efeito de cálculo dos custos regularmente comprovados pelo Licitante, a que se refere o parágrafo único do art. 59, da Lei Federal nº 8.666/93, levar-se-á em consideração exclusivamente as faturas por ele emitidas e atestadas pela fiscalização até o momento da declaração de nulidade, bem assim aquelas despesas efetuadas posteriormente com o objetivo de conservar o bem público.

Parágrafo Nono – Efetuado o pagamento através de crédito em conta corrente, o depósito valerá como instrumento de quitação do principal, dos juros e da correção monetária, salvo se houver ressalva expressa dirigida à Administração Pública no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contados da data do depósito em conta.

Parágrafo Décimo – A Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes, através dos responsáveis pela fiscalização da execução contratual, acompanhará a execução do Contrato, junto aos meios de veiculação, para verificação da/o:

- a) qualidade dos serviços;
- b) tempo de inserção, em rádio ou TV, ou ainda espaço, se meio gráfico;
- c) horário ou localização da matéria no veículo.

Parágrafo Décimo-Primeiro – Verificadas e aceitas como satisfatórias as condições descritas acima, bem como a sua adequação à proposta técnica e de preço da Contratada, a fiscalização aprovará os serviços que serão faturados, de acordo com o Parágrafo Segundo.

Parágrafo Décimo-Segundo – A Contratada, em sendo rejeitados os seus serviços, por uma das razões elencadas no Parágrafo Décimo, ou por inadequação dos serviços ao padrão de qualidade da sua proposta técnica, ou ainda por culpa do veículo de comunicação, providenciará, junto a este, nova inserção da matéria, em mesmo espaço gráfico, ou faixa de horário, às suas expensas, com as devidas correções, sem quaisquer ônus adicionais para a Contratante que, somente então, aprovará a medição e respectiva fatura, correspondente àquela parcela dos serviços, para fins de cobrança pela Contratada.

Parágrafo Décimo-Terceiro – Para permitir o controle e a aprovação dos serviços, pelo Contratante, a Contratada lhe enviará com antecedência de pelo menos 15 (quinze) dias úteis, a

programação a ser veiculada, na imprensa falada, escrita e televisiva, sujeita à prévia aprovação da Fiscalização.

Parágrafo Décimo-Quarto – Caso haja alteração na programação, deverá ser comunicada à Fiscalização, com antecedência de pelo menos 3 (três) dias úteis.

Parágrafo Décimo-Quinto – A Contratada declara aceitar os métodos de fiscalização, medição e aceitação dos serviços, especificados neste Contrato e na legislação em vigor.

Parágrafo Décimo-Sexto – Os documentos de cobrança trarão o número do Contrato e os dados bancários da Contratada, acompanhados de uma via do documento fiscal do veículo de divulgação, com o comprovante do respectivo serviço.

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

Para o desempenho do objeto do contrato e das demais cláusulas ora pactuadas, a Contratada obriga-se a:

- a) operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- b) 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 pelo Contratante.
- c) sempre que solicitada, assistir ao Contratante, em todas as áreas de sua atividade, porém, exclusivamente, no que diz respeito à execução do presente Contrato;

d) comprovar, mensalmente, mediante a exibição dos respectivos comprovantes de recolhimento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados, inclusive os encargos trabalhistas, previdenciários e fiscais que digam respeito à execução do Contrato;

e) submeter à apreciação e aprovação prévia do Contratante, através da Subsecretaria de Comunicação Social, qualquer serviço que envolva remuneração, seja a terceiros, seja à própria Agência;

f) submeter o texto e a forma final de veiculação de toda matéria, anúncio ou qualquer outra peça de comunicação, antes de sua impressão, confecção ou divulgação à aprovação da Contratante, através da Subsecretaria de Comunicação Social;

g) sempre buscar o melhor preço para os serviços instrumentais ou especiais, indicando a melhor proposta obtida após verificar (e apresentar), pelo menos, três orçamentos de fornecedores idôneos para os respectivos serviços.

h) após o encerramento de qualquer campanha institucional, obriga-se a Contratada a encaminhar ao Contratante, através da Subsecretaria de Comunicação Social, o material utilizado, tal como vídeos, objetos, filmes etc., que façam parte do objeto deste contrato, para catalogação e arquivo-acervo;

i) a Contratante poderá interceder diretamente junto aos veículos de comunicação, sem prejuízo e independentemente das disposições ora pactuadas;

j) a Contratada obriga-se a manter absoluto sigilo a respeito das condições contratuais ora celebradas, somente podendo divulgar tais informações mediante expressa autorização da Contratante;

k) concentrar esforços no sentido de encaminhar ou solicitar, conforme o caso, toda documentação e informação necessária para a mais célere e regular prestação dos serviços solicitados;

l) emitir a fatura de serviços somente após eles terem sido devidamente autorizados e executados;

m) ter o mais pleno conhecimento de que os recursos recebidos da Contratante destinam-se ao pagamento de serviços específicos, tendo tais importes esta exclusiva finalidade, sendo inalterável ao seu arbítrio ou dos fornecedores e, por conseguinte, vedado o pagamento de serviços outros, ainda que autorizados e executados, que não se vinculem à Programação de Desembolso;

n) repassar aos fornecedores, no prazo máximo estabelecido no parágrafo quarto da cláusula quinta deste contrato, os recursos recebidos da Contratante, tão logo estejam eles disponibilizados em suas contas bancárias;
prestar todas as informações solicitadas pelos fornecedores no que disser respeito à execução dos serviços, assim como a respectiva efetivação do pagamento por parte da Contratante;

o) responsabilizar-se, declarando desde já deles ter prévio e pleno conhecimento, por todos os ônus e obrigações decorrentes das disposições constantes no Edital de Concorrência n.º 001/2021, do qual se originou o presente contrato.

Parágrafo Primeiro – A CONTRATANTE poderá exercer livremente o seu direito de manter contato e acesso aos meios de comunicação, visando o melhor e mais racional método de redução dos preços constantes das respectivas tabelas dos veículos, e inclusive junto à própria agência, em qualquer caso.

Parágrafo Segundo – As Contratadas se comprometem a indicar, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas contadas da assinatura deste

instrumento, o nome do seu funcionário, habilitado e qualificado, que será o responsável pelo atendimento da Contratante, inclusive na eventual circunstância prevista pelo parágrafo terceiro desta cláusula.

Parágrafo Terceiro – A Contratada se compromete, quando solicitada, no âmbito deste Contrato, a prestar rápido atendimento à Contratante em face de situações emergenciais ou inesperadas que demandem imediata campanha de divulgação e propaganda através dos meios de comunicação.

Parágrafo Quarto – A Contratada é a única e exclusiva responsável, desde já eximindo a Contratante de qualquer responsabilidade em decorrência das contratações de pessoal para a prestação de serviços decorrentes deste contrato, responsabilizando-se pela integralidade do pagamento de tais despesas, e pelas suas consequências tributárias e previdenciárias.

Parágrafo Quinto – A Contratada se compromete a arcar com quaisquer obrigações de indenizar os seus prestadores de serviços, tanto nas esferas cível quanto trabalhista, por possíveis danos decorrentes deste contrato.

Parágrafo Sexto – As obrigações e responsabilidades da Contratada situam-se exclusivamente no âmbito de sua efetiva participação na execução de serviços solicitados pela Contratante, com fundamento no presente contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Constituem obrigações da Contratante:

- a) efetuar os pagamentos devidos à Contratada, nas condições estabelecidas neste contrato;

b) fornecer à Contratada os documentos, informações e demais elementos que possuir, que sejam do interesse do objeto contratual;

c) exercer a fiscalização do contrato, na forma da cláusula Décima;

d) receber provisória e definitivamente o objeto do contrato, em conformidade com o disposto no Artigo 73 da lei Federal n.º 8.666/93.

CLÁUSULA OITAVA - DA RESCISÃO

O presente Contrato poderá ser rescindido, nos seguintes casos:

I - determinada por ato unilateral e escrito da Contratante, nos casos enumerados nos incisos I a XII, do artigo 78, da Lei n.º 8.666/93;

II - amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Contratante;

III - judicial, nos termos da legislação.

Parágrafo Primeiro - A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada, aprovada pela Contratante.

Parágrafo Segundo - Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII, do artigo 78, da Lei n.º 8.666/93, sem que haja culpa da Contratada, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

I - devolução da garantia;

II - pagamentos devidos pela execução do Contrato até a data da rescisão.

Parágrafo Terceiro - Ocorrendo impedimento, paralisação ou suspensão do prazo contratual, independente da vontade da Contratada, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente por igual tempo.

CLÁUSULA NONA - DAS PENALIDADES

Sem prejuízo da possibilidade de rescisão unilateral do contrato pela Administração, serão aplicadas à Contratada total ou parcialmente inadimplente as sanções previstas nos Artigos 86 e 87 da Lei 8.666/93, a saber:

- a) advertência
- b) multa administrativa, graduável, conforme a gravidade da falta, não excedendo, em seu total, 20% (vinte por cento) do valor total do contrato, sem prejuízo da rescisão unilateral do mesmo, pela Administração.
- c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento para contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos
- 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 autoridade que aplicou a penalidade.

Parágrafo Primeiro - A penalidade estabelecida na letra "b", poderá ser aplicada de forma isolada ou cumulativamente com qualquer das demais podendo, a critério da Contratante, ser a multa descontada da garantia prestada nos termos da Cláusula Décima Terceira. Na hipótese da penalidade ter valor superior ao da garantia, o seu valor

será descontado dos eventuais créditos que a Contratada tenha em face da Contratante.

Parágrafo Segundo - Contra as decisões de que resulte a aplicação de penalidades, a Contratada poderá, sempre sem efeito suspensivo, interpor os recursos cabíveis, na forma e nos prazos previstos na Lei 8.666/93 sendo-lhe garantido o amplo direito de defesa.

Parágrafo Terceiro - A imposição das penas de advertência e multa será de competência da fiscalização, nos termos da Cláusula Nona.

Parágrafo Quarto - A aplicação da sanção prevista na letra "d" é de competência exclusiva do Subsecretaria de Comunicação Social, facultada a defesa da Contratada no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias contado a partir da notificação da Contratada.

Parágrafo Quinto - O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará a Contratada inadimplente à multa moratória de 1% (um por cento) ao dia, por dia útil que exceder o prazo, sobre o valor do saldo não atendido, respeitados os limites da lei civil, sem prejuízo de outras sanções previstas no edital e inicialmente citada.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA CESSÃO, TRANSFERÊNCIA OU SUBCONTRATAÇÃO E DA FISCALIZAÇÃO

A Contratada não poderá subcontratar, no todo ou em parte, ou sob qualquer forma, transferir ou ceder a terceiros os serviços contratados, sem consentimento prévio e expresso da Contratante, não implicando tal consentimento, se ocorrer, em qualquer vínculo entre a Contratante e eventuais subcontratadas, permanecendo a Contratada com a total responsabilidade de subcontratação, inclusive por danos causados à terceiros.

Parágrafo Primeiro – Cabe à Comissão de Fiscalização examinar o estrito cumprimento do objeto contratual.

Parágrafo Segundo – A Subsecretaria de Comunicação Social exercerá a gerência, orientação geral, supervisão, controle de qualidade e acompanhamento da execução do objeto contratual, adotando as providências necessárias à consecução do objeto contratual, sem prejuízo das funções a serem desempenhadas pela Comissão de Fiscalização.

Parágrafo Terceiro – A Comissão de Fiscalização será composta por três membros, sem remuneração, indicados pela Contratante, através de ato do Superintendente Municipal de Comunicação. Desde já, passam a integrar a Comissão de Fiscalização deste contrato os seguintes servidores: _____.

Parágrafo Quarto - Fica ainda reservado à Contratante o direito de resolver todo e qualquer caso singular, duvidoso e omissos, não previsto nestas instruções, nas especificações ou nos projetos e em tudo mais que, de qualquer forma, se relaciona, direta ou indiretamente, com os serviços licitados.

Parágrafo Quinto - A Contratada, ao assinar o Contrato, aceita todas as decisões, métodos e processos de inspeção, verificação e controle a serem adotados pela Contratante, obrigando-se a fornecer todos os dados, elementos, explicações, esclarecimentos e comunicações que forem julgados necessários.

Parágrafo Sexto - A existência e a atuação da Fiscalização em nada restringirá a responsabilidade única, integral e exclusiva da Contratada, no que concerne aos serviços, à sua execução e às consequências, próximas ou remotas, perante a Contratante ou terceiros, de modo que a ocorrência de eventuais irregularidades na execução dos serviços contratados não implique em co-responsabilidade da Contratante ou de seus prepostos.

Parágrafo Sétimo - É facultado à Fiscalização determinar, no interesse da Administração, a suspensão ou diminuição do ritmo dos trabalhos.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS DESPESAS, DOS TRIBUTOS E DA RESPONSABILIDADE DAS CONTRATADAS

Naquilo que executar, a Contratada assume como exclusivamente seus todos os riscos e todas as despesas decorrentes da prestação dos serviços ora contratados, se responsabilizando, também, pelo pagamento dos salários, encargos sociais e previdenciários de seus empregados, prepostos e subordinados, pela idoneidade e comportamento dos mesmos, pelos demais encargos porventura existentes ou que venham a existir, notadamente tributos, tarifas e emolumentos, e, ainda, por quaisquer prejuízos causados à Contratante ou a seus servidores ou a terceiros, por ação ou omissão de seus empregados, prepostos ou subordinados.

Parágrafo Primeiro - A Contratada responderá, também, por todos os danos e prejuízos que, a qualquer título, cause a seus respectivos empregados, prepostos ou a terceiros, inclusive aos concessionários de serviços públicos, em virtude da execução dos serviços a seu cargo, respondendo por si e por seus sucessores.

Parágrafo Segundo - Os danos e prejuízos deverão ser ressarcidos, pela Contratada que os causar, no prazo máximo improrrogável de 48 (quarenta e oito) horas, contado do respectivo aviso do ato administrativo que lhes fixar o valor, sob pena de multa.

Parágrafo Terceiro - A CONTRATANTE não será responsável por quaisquer compromissos assumidos pela Contratada com terceiros, sejam quais forem, ainda que vinculados à prestação dos serviços ora contratados.

Parágrafo Quarto - A Contratada renuncia à faculdade que lhes assegura o parágrafo único, do art. 233 da Lei n.º 6.404/76, importando sua cisão, no curso do Contrato, decorrente da adjudicação e até a data de recebimento definitivo de seu objeto, no vencimento antecipado de qualquer dívida existente e na responsabilidade solidária das empresas beneficiárias da cisão e da empresa cindida, qualquer que seja a forma da operação realizada.

Parágrafo Quinto - Os respectivos profissionais indicados pela Contratada para os fins de comprovação da capacidade técnico-operacional de que trata o inciso I, do §1.º, do art. 30, da Lei nº 8.666/93, objeto do Edital, deverão participar da prestação dos serviços objeto deste Contrato, admitindo-se a sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DO RECURSO AO PODER JUDICIÁRIO

O CONTRATANTE poderá cobrar judicialmente da respectiva Contratada os valores correspondentes às importâncias decorrentes da imposição de quaisquer penalidades, inclusive multas por inadimplemento das obrigações ora assumidas, que poderão ser inscritos como dívida ativa e exigidos através de processo de execução, hipótese em que além de postular o que lhe for devido, ficará a mesma sujeita ao pagamento da pena convencional de 10% (dez por cento) do valor do litígio, e das demais cominações legais atinentes à espécie, além de perdas e danos.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA GARANTIA CONTRATUAL

Para garantia da execução dos serviços contratados, a Contratada está prestando garantia na modalidade _____ (fiança, seguro etc), no valor de R\$ _____ (_____ Reais), equivalente a 2,0% (dois por cento) do valor do instrumento contratual, a ser devolvida após o cumprimento integral de todas as respectivas obrigações assumidas neste Contrato.

Parágrafo Único - A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, descontar da garantia prestada pela Contratada o valor de qualquer multa que porventura venha a ser-lhe aplicada, ficando a Contratada, neste caso, obrigada a integralizar o valor inicial da garantia, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA PUBLICAÇÃO E CONTROLE

A CONTRATANTE, às suas expensas, providenciará a publicação deste Contrato, em extrato, até o quinto dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura (parágrafo único do art. 61 da Lei n.º 8.666/93), no Diário Oficial, bem como remeterá cópia deste instrumento, após a referida publicação, ao Tribunal de Contas do Estado.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA DOCUMENTAÇÃO

A Contratada apresenta, neste ato, os documentos legais comprobatórios de atendimento das condições jurídico-pessoais indispensáveis à lavratura deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA CESSÃO DE DIREITOS AUTORAIS

Todos os materiais, objetos e ideias utilizados nos trabalhos específicos em decorrência da execução do objeto deste contrato, bem como os direitos de cessão de imagem e voz, e todos os demais, diretos e indiretos, pertencerão à Contratante, sem qualquer remuneração adicional à agência contratada, servindo e valendo esta cláusula como cessão definitiva dos direitos autorais mencionados.

Parágrafo Primeiro - Estabelecem as partes que a prestação de serviços pela Contratada no âmbito deste instrumento compreende a cessão definitiva à Contratante dos direitos patrimoniais de uso (criação, produção, direção, composição, arranjo e execução de trilha sonora, arte-finalização e assemelhados), considerando-se já incluído no custo de produção o valor dessa cessão.

Parágrafo Segundo - Compromete-se a Contratada a fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com terceiros, para a produção de materiais por ordem e conta da Contratante, cláusula escrita dispondo sobre a cessão definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso de que trata a cláusula anterior.

Parágrafo Terceiro - Responsabiliza-se a Contratada por todas e quaisquer demandas tendo por objeto direitos autorais, sejam morais ou patrimoniais, eximindo-se a Contratante de arcar com quaisquer despesas decorrentes de indenizações ou outros pagamentos não previstos por este contrato.

Parágrafo Quarto - Compromete-se a Contratada a obter o licenciamento de uso por 06 (seis) meses, já incluído no cachê, para os direitos de imagem (atores e modelos), bem como os direitos autorais e conexos sobre fonogramas e obras lítero-musicais, inclusive aqueles concernentes aos direitos de inserção de tais obras, e ainda sobre fotogramas, desenhos e quaisquer obras protegidas.

Parágrafo Quinto - A Contratada se compromete a fazer constar, com destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias na forma deste contrato, os valores correspondentes aos cachês inclusos ou, se for o caso, da cessão do direito de uso de obra artística protegida, incorporada à peça;

Parágrafo Sexto - A Contratada assume o compromisso de envidar seus melhores esforços para sempre negociar as melhores condições de preços, até o percentual máximo de 50% (cinquenta por cento) sobre o valor total originalmente pactuado, para os direitos de imagem (atores e modelos) nas reutilizações de peças publicitárias da Contratante de Campos dos Goytacazes, garantindo-se, na hipótese de reutilização de imagem, a correção do valor inicialmente contratado, com base na variação do Índice Geral de Preços, da Fundação Getúlio Vargas.

Parágrafo Sétimo - A Contratada se compromete a transferir em favor da Contratante toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores;

Parágrafo Oitavo - Pactuam as partes que o prazo de validade das propostas a serem apresentadas pela Contratada não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias.

Parágrafo Nono - Durante a vigência contratual, e mesmo após, será vedada a reprodução, cópia ou imitação dos materiais, objeto e direitos acima mencionados, por parte da Contratada ou de terceiros, exceção feita somente em caso de autorização por escrito do Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO FORO

Fica eleito o foro da Comarca de Campos dos Goytacazes – RJ, com exclusão de qualquer outro, para dirimir dúvidas oriundas do presente Contrato.

E, por estarem justos e acordados, firmam o presente instrumento, em 03 (três) vias de igual teor e forma, para um só e único efeito, na presença das testemunhas abaixo identificadas, que também o assinam.

Campos dos Goytacazes, ____ de _____ de 2021.

MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

CONTRATADA

PARTICIPANTES: _____; _____; ...

Testemunhas:

Anexo III – Declaração de Elaboração Independente de Proposta

ANEXO III

Declaração de Elaboração Independente de Proposta

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante) doravante denominada licitante, para fins do disposto na alínea 'c' do subitem 13.3.3 do Edital da Concorrência nº 001/2021, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) A proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/entidade responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e
- f) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Assinatura do Responsável Legal da Agência, com poderes para tal investidura.

Anexo IV – Planilha de Preços Sujeitos à valoração

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

Ref. CONCORRÊNCIA N.º 001/2021

ANEXO IV
PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

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

....., de.....de 2021

(Agência licitante)

(Nome do Representante legal)

Anexo V – Carta de Credenciamento

Anexo V - Carta de Credenciamento

(Modelo) CRENCIAMENTO

Através da presente, credenciamos o (a) Sr (a)
.....
....., portador (a) da Cédula de Identidade nº
..... e CPF sob o nº
....., a participar da Licitação instaurada pela
Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes, na modalidade
CONCORRÊNCIA nº 001/2021, supra referenciada, na qualidade de
Representante legal da Empresa, outorgando-lhe poderes para
pronunciar-se em nome da empresa
.....
....., **bem como formular propostas, negociar
preços, interpor recursos, desistir de sua interposição, assinar
contratos e praticar os demais atos inerentes ao certame.**

Campos dos Goytacazes,.....de.....de 2021.

Representante legal da empresa com firma reconhecida

Anexo VI – Declaração de Enquadramento de ME ou EPP

**Anexo VI – Declaração de Enquadramento de ME ou EPP
(Modelo)
DECLARAÇÃO**

Ref.: Concorrência nº 001/2021

.....(razão social
do licitante) com endereço na
.....

inscrita no CNPJ/MF sob o número
vem, pelo seu representante legal infra-assinado, sob pena de submeter-se à
aplicação das sanções definidas nos arts. 7º e 9º, da Lei nº 10.520/02, **declarar**
que cumpre os requisitos legais para efeito de enquadramento como
Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP), estando apta a usufruir
dos direitos de que tratam a Lei Complementar Federal nº 123/06 e suas
alterações, bem como a Lei Municipal nº 8.768/17 **e não incide em qualquer
das vedações estabelecidas no** art. 3º, § 4º, da referida da Lei
Complementar, sendo considerada:

() MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, conforme no artigo 18-A, §1º da Lei
Complementar Federal nº 123, de 14/12/2006;

() MICROEMPRESA, conforme Inciso I do artigo 3º da Lei Complementar nº
123, de 14/12/2006;

() EMPRESA DE PEQUENO PORTE, conforme Inciso II do artigo 3º da Lei
Complementar nº 123, de 14/12/2006.

() Sociedade Cooperativa de Consumo que tenham auferido, no ano-calendário
anterior, receita bruta até o limite definido no inciso II do caput do art. 3º da Lei
Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, nela incluídos os atos
cooperados e não-cooperados, conforme estabelece o art. 34 da Lei 11.488/07.

Em de de 2021.

Representante legal da empresa e carimbo da licitante