

PMT-RJ

PROCESSO Nº 17.541/2021

RUBRICA: FLS:



**PREFEITURA MUNICIPAL
DE TERESÓPOLIS**

Foto Panorâmica da Cidade



REMARCAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESÓPOLIS.

Data da Sessão Pública: 27/04/2022 às 10:00h

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

Mulher de Pedra

**SEJA UM FORNECEDOR DA
PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESÓPOLIS**

A *Prefeitura Municipal de Teresópolis* disponibiliza o acesso às oportunidades de fornecimento através do sítio eletrônico licitacao.teresopolis.rj.gov.br.

Oportunidades de Fornecimento:

Procedimentos agendados, acesso aos editais e notícias do andamento dos processos.

Licitações ao vivo:

Transmissão em áudio e vídeo das sessões públicas em tempo real e o arquivo com todos os procedimentos já transmitidos.

Seja um fornecedor:

Conheça a relação de documentos para obter o Certificado de Registro Cadastral e realize o seu pré-cadastro.

Linhas de Fornecimento:

Tenha acesso ao Planejamento Estimativo Municipal de Compras, com a previsão de aquisições a serem realizadas no próximo período.

Compras Governamentais:

Tenha acesso ao Catálogo de Itens ativos em registro de preço no município; O tratamento diferenciado e simplificado para os Pequenos Negócios; E dados sobre o Sistema de Monitoramento das Compras Governamentais com indicadores das licitações realizadas.

**Secretaria Municipal de Planejamento e Projetos Especiais
Departamento de Suprimentos e Licitações**

Centro Administrativo Prefeito Celso Dalmaso
Avenida Feliciano Sodré, 611 - Várzea – Teresópolis/RJ
licitacao@teresopolis.rj.gov.br
(21) 2742-3885

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

REMARCAÇÃO - EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021

DATA DA ABERTURA: 27/04/2022

HORÁRIO: 10:00H

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA: Teatro Municipal, localizado na Avenida Feliciano Sodré 675, Várzea, Teresópolis/RJ. Os licitantes deverão sentar-se em lugares marcados pela Comissão de Licitação, respeitando o distanciamento social de 02 (dois) metros e todos deverão estar utilizando máscaras. Será disponibilizado álcool gel no decorrer de toda a sessão.

Por determinação do Exmo. Prefeito Municipal, **Sr. Vinicius Cardoso Claussen da Silva**, nos **Processo Administrativo nº. 17.541/2021**, a Prefeitura Municipal de Teresópolis, através da Comissão Municipal de Licitação designada pelas **Portaria GP nº 154 de 27 de janeiro de 2022**, nos termos da Lei Federal n.º 12.232/2010, e, de forma complementar pela Lei 8.666/93 de 21 de junho de 1993, Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e demais normas aplicáveis à espécie, comunica às empresas do ramo pertinente ao objeto da presente, **que realizará, no dia 27 de abril de 2022, às 10 horas e 00 minutos**, sob a égide do diploma legal mencionado, Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, do **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESÓPOLIS**, no município de Teresópolis, descritos e quantificados nos anexos deste Edital.

Douglas Magno Amâncio de Oliveira
Presidente da Comissão de Licitações

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

I.DO OBJETO:

1. Contratação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade para atender às necessidades da Prefeitura Municipal de Teresópolis.
2. Também integram o objeto desta concorrência, **como atividades complementares**, os serviços especializados pertinentes:
 - 2.1. Planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
 - 2.2. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, inclusive de comunicação digital;
 - 2.3. À produção e à execução técnica das peças e ou material criado pela agência contratada.
3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item 2.1 do terão a finalidade específica de:
 - 3.1. gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
 - 3.2. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
 - 3.3. possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.
4. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas no item 2.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.
5. Os serviços previstos no item 2, não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de imprensa, bem assim a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

6. 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.
7. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional, de utilidade pública (incluindo campanhas educativas) e para programas sociais, sobre todos os assuntos e temas de competência da administração direta ou de interesse da Prefeitura de Teresópolis nas suas atribuições pedagógicas ou de formação de opinião sobre assuntos de interesse social.
8. Para a prestação dos serviços de publicidade, **será contratada 1 (uma) agência de propaganda**, doravante denominada agência, licitante ou contratada.
 - 8.1. Os serviços objetos da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cuja atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da legislação vigente;
 - 8.2. A agência atuará de acordo com solicitação da Secretaria Municipal de Governo e Coordenação através da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos no subitem específico deste edital.
9. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em até **R\$ 1.500.000,00 (Hum milhão e quinhentos mil reais)**, pelo período de 12 (doze) meses.
10. A Prefeitura Municipal de Teresópolis se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

II. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

1. A Contratada prestará os serviços objeto da presente licitação pelo prazo de 12 (doze) meses contados a partir da data fixada na “*Ordem de Início*” a ser expedida

pela Secretaria Municipal de Governo e Coordenação através da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis.

2. O Contrato oriundo da presente licitação poderá ser prorrogado através de “*Termos Aditivos*” por iguais e sucessivos períodos, se houver interesse da Prefeitura de Teresópolis nos termos permissivos do art. 57, parágrafo primeiro, da Lei n.º 8.666/93 e as características de serviço de prestação continuada admitidos nesta legislação e na Lei 12.232/2010.

III.LOCAL E DATA DO RECEBIMENTO DOS ENVELOPES DE PROPOSTAS E HABILITAÇÃO

1. A Comissão Permanente de Licitação receberá os envelopes com a documentação para habilitação e com as Propostas de Técnica e Preço das empresas proponentes, na data e horário retro estipulados, no Teatro Municipal da Prefeitura Municipal de Teresópolis - Av. Feliciano Sodré 675 – 2º Andar - Várzea, Teresópolis – RJ.
2. Na data e horário acima aprazados, a Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, dará início aos trabalhos.

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

IV.VALIDADE DA PROPOSTA

1. O prazo de validade da proposta será de 60 (sessenta) dias consecutivos, contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação.

V.RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

1. A despesa decorrente desta aquisição ocorrerá na seguinte dotação orçamentária

Unidade Gestora:

001 - Secretaria Municipal de Governo e Coordenação

Programa:

0100 - Publicidade

Fonte:

100

Ação:

3.079 - Publicidade Institucional

Natureza da despesa:

3.3.90.39

Ação:

3.080 – Publicidade Utilidade Pública

Natureza da despesa:

3.3.90.39

VI. CREDENCIAMENTO, PARTICIPAÇÃO E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identificação, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.
 - 1.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, conforme o caso.
 - 1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, em original ou cópia e com poderes expressos para a prática de atos pertinentes ao presente certame. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários;
 - 1.3. O representante legal e/ou procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação com foto, bem como a cópia do mesmo;
 - 1.4. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

- 1.5. Os licitantes que não se fizerem representar ou cujos representantes não portarem documentos que os credenciem e os identifiquem não poderão assinar atas, rubricar documentos ou praticar outros atos relativos à licitação.
2. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento;
 3. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados neste Edital;
 4. As credenciais dos licitantes que se fizerem representar legalmente nas sessões públicas referentes à licitação, através de procuração pública ou particular ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social, deverão ser apresentadas juntamente com documento de identidade do representante;
 5. As credenciais devem ser apresentadas em separado dos ENVELOPES nºs 01, 02, 03 e 04 e serão anexadas ao processo. A procuração deverá ser lavrada de acordo com o modelo constante do ANEXO IV deste Edital.
 6. É vedada a representação de mais de um licitante por um mesmo representante legal ou procurador no processo licitatório.
 7. Para fins de obtenção dos benefícios previstos na Lei Complementar Federal nº 123/06, os proponentes deverão apresentar, fora dos Envelopes nºs 1 e 2, no momento do Credenciamento, a Declaração de Equiparação de Pequenos Negócios (modelo Anexo XI), nos termos da legislação vigente, não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no § 4º do artigo 3º da Lei Complementar nº 123/06.
 8. Somente poderão participar da presente licitação as pessoas jurídicas legalmente estabelecidas no país, que satisfaçam o conceito de Agência de Propaganda, conforme dispõe o artigo 3º da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.
 9. Não poderão participar da presente licitação:

- 9.1.** Os interessados que se encontrem sob falência, concordata, recuperação judicial, concurso de credores, dissolução, liquidação, empresas estrangeiras que não funcionem no País, nem aqueles que tenham sido declarados inidôneos para licitar ou contratar com a Administração Pública ou punidos, com suspensão do direito de licitar e contratar com qualquer Município e/ou ente da Federação, nos termos do art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93;
- 9.1.1.** Não será causa de inabilitação do licitante a anotação de distribuição de processo de recuperação judicial ou pedido de homologação extrajudicial, caso haja comprovação de que o plano já tenha sido aprovado/homologado pelo juízo competente quando da entrega da documentação de habilitação.
- 9.2.** Não será admitida a participação de licitantes suspensos de licitar e contratar temporariamente por esta Administração Pública Municipal Direta ou Indireta, nos termos do inc. III do art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93.
- 9.3.** Não será admitida a participação de licitantes já incursos na pena do inciso IV do art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93, seja qual for o órgão ou entidade que tenha aplicado reprimenda, em qualquer esfera da Administração Pública.
- 9.4.** Não será permitida a participação de licitantes cujos dirigentes, gerentes, sócios ou componentes do seu quadro técnico sejam servidores do Município, fundações ou autarquias, ou o tenham sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data deste Edital, em consonância com o disposto no artigo 9º, inciso III da Lei Federal nº 8.666/93.
- 9.5.** Não será permitida a participação de Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição (Acórdão nº 746/2014-TCUPlenário).
- 9.6.** Não será permitida a participação de mais de uma empresa sob o controle acionário de um mesmo grupo de pessoas físicas ou jurídicas para o mesmo item.
- 9.7.** A participação nesta concorrência importa à proponente na irrestrita aceitação das condições estabelecidas no presente Edital, bem como na observância

dos regulamentos, normas administrativas e técnicas aplicáveis, inclusive quanto a recursos.

10. No dia, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital, os licitantes deverão entregar, diretamente à Comissão Permanente de Licitação 04 (quatro) envelopes distintos contendo:

1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – **VIA NÃO IDENTIFICADA**;
2. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - **VIA IDENTIFICADA**;
3. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO;
4. PROPOSTA DE PREÇOS.

11. Os envelopes devem ser dirigidos à Comissão Permanente de Licitação da seguinte forma:

ENVELOPE Nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

- a) Só será aceito o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Permanente de Licitação.
- b) O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada junto à Comissão Permanente de Licitação, na Secretaria Municipal de Administração, localizada na Av. Feliciano Sodré, 595, 1º andar - Várzea, Teresópolis – RJ, de segunda-feira a sexta-feira, das 09h00 às 17h00.
- c) **O ENVELOPE Nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.**
- d) Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária (até a abertura do ENVELOPE Nº 2), o ENVELOPE Nº 1 não poderá:
 - Ter nenhuma identificação;
 - Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

- Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ENVELOPE Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

- a) O ENVELOPE Nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 2
PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA –
VIA IDENTIFICADA
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Processo Licitatório 17.541/2021 - Concorrência nº 005/2021

ENVELOPE Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

- a) O ENVELOPE Nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 3
PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,
REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE
COMUNICAÇÃO.
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Processo Licitatório 17.541/2021 - Concorrência nº 005/2021

- b) O ENVELOPE Nº 3 deverá ser providenciado pela licitante, **com uma encadernação para cada item (Capacidade de Atendimento;**

Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

- c) O ENVELOPE Nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste explicitamente no PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA ou que, particularmente, possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

ENVELOPE Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

- a) O ENVELOPE Nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 4

PROPOSTA DE PREÇO

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Processo Licitatório 17.541/2021 - Concorrência nº 005/2021

- b) **O ENVELOPE Nº 4** deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- c) Os documentos necessários à **habilitação e ao credenciamento** poderão ser apresentados em original ou cópia. Quando apresentados em cópias, poderão ser solicitados os originais para verificação quando houver dúvidas em relação à integridade e veracidade do documento.

VII. PROPOSTAS TÉCNICAS - CONTEÚDOS FORMATAÇÃO E CONSTRUÇÃO

(Envelopes Nºs 01, 02 e 03)

1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.
2. A formatação geral a ser seguida para a apresentação de cada quesito da proposta técnica, quando não houver norma mais específica, é a seguinte:
 1. Cadernos específicos para cada item (“Plano de Comunicação Publicitária”, “Capacidade de Atendimento”, “Repertório” e “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”), orientação retrato, com espiral plástico preto colocado à esquerda;
 2. Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco. NÃO DEVERÃO SER USADAS SOBRECAPAS EM PLÁSTICOS, ACETATO OU QUALQUER OUTRO MATERIAL;
 3. Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
 4. Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
 5. Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
 6. Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;
 7. Alinhamento justificado do corpo do texto;
 8. Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
 9. Não será permitido notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como a adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos;
 10. Os textos e numeração de páginas deverão ser em fonte “arial”, cor “automático” e tamanho “12” Pontos.

11. Os quesitos serão compostos pelos subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

a) QUESITOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

1. Deverá ser constituído por caderno específico composto dos Subquesitos: RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDEIA CRIATIVA e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, elaborado com base no Briefing – ANEXO I e nas orientações do Edital observadas às seguintes disposições:

1.1. Formatação realizada conforme subitens específicos a seguir:

1.1.1. Elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

(ENVELOPE 1):

1. Será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope da VIA IDENTIFICADA;
2. Envelope destinado à apresentação da VIA NÃO IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e fornecido pela Prefeitura Municipal de Teresópolis através da Comissão Permanente de Licitação, sem nenhum tipo de identificação;
3. O envelope padronizado com a VIA NÃO IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;

Plano de Comunicação Publicitária – VIA IDENTIFICADA (ENVELOPE 2):

A VIA IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa;

b) SUBQUESTOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

1. **Raciocínio Básico:** Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Prefeitura Municipal de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no *briefing*, o contexto da Prefeitura, seu mercado e seus públicos (dados sócios demográficos), considerações de público alvo da campanha em específico e que servem como premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência candidata. Espera-se aqui que o texto das licitantes contenha as conexões

entre os elementos constantes em *briefing* e a proposta que será desenvolvida. Elementos e dados que sejam secundários devem ter como prioridade filtros e recortes estaduais ou locais, sempre que possível.

2. Estratégia de Comunicação Publicitária: Derivada diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, se constitui de texto em que a licitante apresenta as linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas, geral e específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançados os objetivos (geral e de campanha) previstos no *briefing* compreendendo:

2.1. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária partindo do tema chave proposto no *briefing*, descartando soluções eventualmente consideradas na estratégia. A relação desta temática com os elementos visuais também é esperada na estratégia proposta pelas concorrentes, além do eventual descarte de soluções não adequadas e passíveis de serem desenvolvidas a partir do raciocínio proposto pelas candidatas.

2.2. 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, bem como sua detalhada fundamentação técnica.

3. Ideia Criativa: Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme *briefing*, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, observando as seguintes disposições:

3.1. A Ideia Criativa deve ser expressa sobre a forma de relação sobre todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e ou material, podendo ser esta pontuação seguida de comentários em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes. Em forma de anexo, acompanhará esse item exemplos de peças que

corporifiquem objetivamente esta Ideia Criativa, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de **peças**, em número **máximo de 06 (seis) anexos**, podendo ser anexados, por exemplo: “layouts”, “storyboards”, “textos de rádios”, entre outros;

- 3.1.1.** Os comentários mencionados no subitem anterior estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicação das funções tácticas que se pode esperar de cada peça e ou material;
- 3.1.2.** Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material em quantidade superior ao permitido na forma “exemplificada” de 06 (seis) anexos, a relação prevista no item 3.1 deverá ser elaborada em dois blocos, sendo: de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante, ficando um para peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante;
- 3.1.3.** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzidas, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte ou passe-partout, observando as demais questões expostas em edital. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro Nº 1 podem ser dobradas;
- 3.1.4.** Cada peça e ou material impresso poderá trazer indicação sucinta (exemplo: cartaz, filme/TV, spot/ rádio, anúncio revista, “interface” para internet, roteiro), destinada a facilitar aos integrantes da subcomissão técnica, com a relação comentada prevista no item 3.1;
- 3.1.5.** para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas como exemplo até o limite que trata o item 3.1, devem ser observadas as seguintes regras:
 - 3.1.5.1.** Reduções e variações de formatos serão consideradas como novas peças;
 - 3.1.5.2.** Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

3.1.5.3. Peças sequenciais para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e demais painéis de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de tapumes – entre outros), apenas se o conjunto transmitir mensagens únicas;

3.1.5.4. Apresentação gráfica de um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

3.1.5.5. Um roteiro de filme e o hotsite em que se encontram hospedado serão considerados duas peças;

3.1.5.6. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

3.1.5.7. É possível apresentar peças sob a forma de storyboard, uma vez que a apresentação pode ser feita em papel, único substrato autorizado em edital para a apresentação das peças. O formato *animatic* não pode ser feito neste substrato, o que impede seu uso no certame neste edital.

3.1.5.8. Roteiro para spots ou jingles, storyboards, lâminas impressas em papel das interfaces, dentre outras, ou seja, toda e qualquer apresentação gráfica que **use o papel como substrato** e obedeça, rigorosamente, todas as demais normas constantes no presente edital são permitidas.

3.1.6. É de exclusivo critério das candidatas a escolha de quais peças devem ser corporificadas no limite de exemplos e quais devem constar exclusivamente da relação textual anteriormente destacada com seus eventuais detalhamentos criativos, sendo esta escolha parte da análise do conteúdo desta etapa.

4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentação pela licitante de planejamento de exposição da campanha, conforme *briefing* e de acordo com os itens anteriores desenvolvidos, composto de:

4.1. justificativa da estratégia e das 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;

- 4.2. Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo, apresentados sob a forma de texto, permitida a inclusão de tabelas com elementos informativos relativos ao plano;
- 4.3. Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificação e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;
- 4.4. Simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea “Ideia Criativa”, acompanhada de memória de mídia, em que se explicitem e se justifiquem as premissas técnicas assumidas;
- 4.5. Dados nas memórias e tabelas anexas que tratem da eficiência na escolha das mídias, incluindo métricas de análise pertinentes e planos de distribuição. Deve existir destaque para a página com o resumo e percentuais da campanha e de valores de mídia e produção deve ser de fácil leitura e entendimento.

c) FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

1. O caderno específico que compõe o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – **VIA NÃO IDENTIFICADA** deverá observar, com máximo rigor, a formatação indicada neste item, de forma a permitir a não identificação de sua autoria.
 - 1.1. Os textos do RACIOCÍNIO BÁSICO, da ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e da relação de peças e ou material prevista no subitem de IDEIA CRIATIVA estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos e as peças anexas ao texto do subitem IDEIA CRIATIVA.
 - 1.2. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA não têm limitação quanto ao número de páginas.

- 1.3.** Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto IDEIA CRIATIVA deverão ser apresentados separadamente (soltas) do caderno de que abrange este subitem, em lâminas íntegras ou dobradas, sendo esta última questão do escrutínio das candidatas.
- 1.4.** As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos RACIOCÍNIO BÁSICO e ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA poderão:
- 1.4.1.** Ser editados em cores;
- 1.4.2.** Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
- 1.4.3.** Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito das limitações de contagem do subitem;
- 1.5.** As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA poderão:
- 1.5.1.** Ser editados em cores;
- 1.5.2.** Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica; respeitada a necessidade de legibilidade destes itens pela comissão avaliadora;
- 1.5.3.** Ser apresentados em papel A3 dobrado, desde que integrem a encadernação do volume que abrange o subitem e, ao seu fechamento, o volume de forma geral obedeça os demais critérios de sua formatação.
- 2.** O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – **VIA IDENTIFICADA**, deverá constituir-se em CÓPIA DO VOLUME QUE CONSTITUI A VIA NÃO IDENTIFICADA, sem os exemplos de peças anexos à Ideia Criativa, 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.
- 2.1.** O único propósito desta via é a posterior identificação em sessão específica da autoria de cada uma das propostas, não sendo seu conteúdo alvo de

leituras ou avaliação por parte da subcomissão técnica.

d) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

1. O volume deve ser composto de textos, gráficos e imagens capazes de permitir a análise da Capacidade de Atendimento - tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica - no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, **a ser abordado de forma a incluir:**
 - 1.1. Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia, inclusive digital, e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível de dedicação servirão à linha de atuação;
 - 1.2. A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação, a experiência dos profissionais e seu nível de dedicação à conta (eventual, permanente ou exclusivo);
 - 1.2.1. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE.
 - 1.3. Lista com clientes em atividade na agência na entrega da proposta, contendo, preferencialmente, tempo de relacionamento com a empresa e principais veículos que anuncia com a agência;
 - 1.4. Sistemática de atendimento, com clara indicação do fluxo de trabalho e das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação;
 - 1.5. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, incluindo elementos de segurança

dos dados e ferramentas de TI utilizadas;

1.6. 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 CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

e) REPERTÓRIO

1. O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, **na seguinte forma:**
 - 1.1. Um DVD contendo até 04 (quatro) comerciais para televisão;
 - 1.2. Um CD contendo até 04 (quatro) spots e/ou jingles para rádio;
 - 1.3. Um conjunto de até 04 (quatro) anúncios destinados à mídia impressa e/ou mídia OOH;
2. Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação, e pequeno resumo do caso em que estão inseridos e indicação das praças que o exibiram e, quando possível, verba utilizada no caso.
3. Devem ser priorizados os trabalhos veiculados e/ou registrados a partir de 01 de janeiro de 2014, não excluídos trabalhos de outras datas.
4. Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta à Prefeitura Municipal de Teresópolis.
5. Com exceção daquele(s) apresentado(s) pela agência vencedora desta Licitação, as vias dos demais repertórios serão devolvidas aos Licitantes no prazo de 30 (trinta) dias contados da data da publicação do resultado final da licitação no Diário Oficial, conforme solicitação do licitante.

f) RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

1. A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de

- comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.
2. Os relatos deverão estar devidamente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura de Teresópolis seja ou tenha sido – direta ou indiretamente – signatária.
 3. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.
 4. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.
 5. Para cada relato, é permitida a inclusão de até 4 (quatro) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:
 - 5.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em meio digital executável no sistema operacional Windows – podendo ser memória do tipo flash (pen drive) ou CD/DVD, a critério das candidatas, dando-se prioridade a facilidade de leitura;
 - 5.2. As peças gráficas poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;
 6. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação para análise de inserção destas peças em suas soluções de comunicação.

VIII.DA PROPOSTA DE PREÇOS (Envelope Nº 04)

A Proposta de Preço deverá ser apresentada em formato de Planilha de Preços, em papel timbrado da firma, devendo ser preenchida por meios mecânicos (digitada ou datilografada), datada e assinada pelo representante legal da empresa, contendo a razão social, o endereço e o CNPJ da firma proponente.

1. A Proposta de Preço deverá conter:

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

1.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes do ANEXO I – *Briefing*, deste Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- 1.1.1.** Percentual de desconto, de no mínimo, 20% (vinte por cento), a ser concedido à Prefeitura Municipal de Teresópolis sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela de preços do SINAPRO/RJ - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado Do Rio de Janeiro;
- 1.1.2.** Honorários (em percentual) de até 12 % (doze por cento), a serem cobrados a Prefeitura Municipal de Teresópolis, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da(s) contratada(s), referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.2. Política de negociação:

- 1.2.1.** De preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;
- 1.2.2.** De preços a serem pagos pelo licitante vencedor a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados;
- 1.2.3.** De preços a serem pagos pelo licitante vencedor a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados.
- 1.2.4.** Declaração assinada pelo titular do licitante ou seu procurador legalmente designado, sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, **estabelecendo:**
 - 1.2.4.1.** Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), a

cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso a Prefeitura Municipal de Teresópolis;

1.2.4.2. Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual de até 30% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

1.2.4.3. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

1.2.5. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar à Prefeitura Municipal de Teresópolis, todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

1.2.6. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá à Prefeitura Municipal de Teresópolis, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, calculado sobre o valor de cada veiculação, caso o valor da verba atinja os parâmetros apresentados no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas das demais licitantes. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último. Havendo erro de cálculo, a CPL efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas;

1.2.7. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

1.3. Declaração da licitante:

1.3.1. Comprometendo-se 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 à Prefeitura Municipal de Teresópolis, as vantagens obtidas;

1.3.2. Que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

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

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

1.3.5. Do compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

1.3.6. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos

Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado Do Rio de Janeiro – SINAPRO/RJ (ANEXO VII deste edital), aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

1.3.7. Não será aceito percentual de honorários superior a 12 % (doze por cento).

1.3.8. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último. Havendo erro de cálculo, a Comissão Permanente de Licitação solicitará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

IX.DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Envelope Nº 05)

1. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação do licitante, a Comissão verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:
 - 1.1. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis);
 - 1.2. Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php).
 - 1.3. Lista de Inidôneos e o Cadastro Integrado de Condenações por Ilícitos Administrativos - CADICON, mantidos pelo Tribunal de Contas da União – TCU (<https://portal.tcu.gov.br/responsabilizacao-publica/licitantesinidoneos/>);
 - 1.4. A consulta aos dois cadastros – CEIS e CNJ –na fase de habilitação, é recomendação do TCU (Acórdão nº 1.793/2011 – Plenário). Trata-se de verificação da própria condição de participação na licitação.
 - 1.5. Para a consulta de licitantes pessoa jurídica poderá haver a substituição das consultas nos itens 1.2, 1.2 e 1.3 acima pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do TCU (<https://certidoesapf.apps.tcu.gov.br/>).

- 1.6.A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário), por força do artigo 12 da Lei Federal nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.
- 1.7. Constatada a existência de sanção, o licitante será convocado para manifestação prévia e, após, sendo o caso, a Comissão Permanente de Licitação reputará o licitante inabilitado, por falta de condição de participação.
- 1.8. O **ENVELOPE Nº 05** deverá conter a documentação relativa à habilitação jurídica, à qualificação técnica, à qualificação econômico-financeira, à regularidade fiscal, trabalhista e ao cumprimento no disposto no art.º 7º inciso XXXIII da Constituição Federal, bem como outras declarações a serem exigidas, em conformidade com o previsto a seguir:

2. **Habilitação Jurídica:**

- 2.1. No caso de Empresário Individual: Declaração de Firma Mercantil Individual ou Requerimento de Empresário, em vigor, registrado na Junta Comercial, que comprovem que o ramo de atividade da empresa é compatível com o objeto da Licitação;
- 2.2. No caso de Sociedades Empresariais ou Empresa individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI: Contrato ou Estatuto Social em vigor, registrado na Junta Comercial, acompanhado da alteração contratual ou ata de eleição ou designação dos atuais administradores, se for o caso, que comprovem que o ramo de atividade da empresa é compatível com o objeto da Licitação.
- 2.3. No caso de Sociedades Civis: Contrato ou Estatuto Social em vigor, registrado no Registro Público competente, acompanhado da alteração contratual ou ata de eleição ou designação dos atuais administradores, se for o caso, que comprovem que o ramo de atividade da empresa é compatível com o objeto da Licitação.

- 2.4. No caso de Microempreendedor Individual, apresentar o Certificado de Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI, disponível no sítio portaldoempreendedor.gov.br.
- 2.5. No caso de cooperativa: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 1971.
- 2.6. Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.
- 2.7. Declaração do Cumprimento do disposto no Inciso XXXIII do Art. 7º, da Constituição Federal, conforme modelo fornecido ANEXO V;
- 2.8. Declaração conjunta - Prazo de execução; Declaração de parentesco, conforme Artigo 88 da Lei Orgânica Municipal; funcionário inelegível-, conforme Modelo Anexo VI;
- 2.9. Declaração de pleno atendimento às condições de habilitação, conforme modelo Anexo IX;
- 2.10. Declaração de não emprego de trabalho forçado ou degradante, conforme Modelo Anexo X.
- 3. Regularidade Fiscal e Trabalhista:**
- 3.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ;
- 3.2. Prova de inscrição no cadastro de contribuinte Municipal, se houver, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 3.3. Prova de inscrição no cadastro de contribuinte Estadual, se houver, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 3.4. Prova de regularidade fiscal perante as Fazendas:
- 3.4.1. Federal (Certidão Negativa de Débitos relativos a Créditos Tributários

Federais e à Dívida Ativa da União (CND), expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa;

3.4.2. Estadual (ICMS e Dívida Ativa);

3.4.3. Municipal do domicílio ou sede da Licitante, conforme legislação municipal;

3.5. Certificado de Regularidade, perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), através da apresentação do CRF – Certificado de Regularidade do FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal;

3.6. Certidão de Regularidade Negativa de Débitos Trabalhista (CNDT) perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, com base no art. 642-A da CLT, acrescentado na Lei. 12.440, de 07 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa Nº 1470/2011 do TST.

3.7. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa e certidões positivas, que noticiem que os débitos certificados estão garantidos ou com sua exigibilidade suspensa.

3.8. Caso o licitante seja considerado isento dos tributos municipais ou estaduais relacionados ao objeto licitatório, deverá comprovar tal condição mediante declaração da Fazenda Municipal do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

4. Qualificação Técnica:

4.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com esta Concorrência em características e prazos com o objeto desta licitação, mediante atestado(s) fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado.

4.2. Cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), de que trata § 1º do art. 4º

da Lei Nº 12.232 de 29/04/2010;

4.2.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.

5. Qualificação Econômico – Financeira:

5.1. Apresentar o Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, inclusive as notas explicativas, já exigíveis na forma da lei.

5.1.1. Para efeito de segurança no procedimento licitatório, o Balanço Patrimonial a ser apresentado, deverá estar devidamente registrado na Junta Comercial do Estado sede da empresa licitante;

5.1.2. O Balanço Patrimonial deverá estar assinado pelo representante legal da licitante e pelo Contador ou Técnico em Contabilidade, com indicação de seu número de registro no CRC.

5.2. Poderá ser apresentado, para de autenticação dos livros contábeis, a Escrituração Digital, através da apresentação do recibo de entrega e Demonstrações Financeiras (sendo dispensada a autenticação nas juntas comerciais conforme o Disposto no Decreto nº 8.683 de 25/06/2016), que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data da apresentação da proposta;

5.3. Somente empresas, que ainda não tenham completado seu primeiro exercício fiscal, poderão comprovar sua capacidade econômico-financeira por meio do balanço de abertura.

5.4. Caso o licitante seja cooperativa, tais documentos deverão ser acompanhados da última auditoria contábil-financeira, conforme dispõe o artigo 112 da Lei nº 5.764, de 1971, ou de uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador.

5.5. Será considerada inabilitada a empresa que não obtiver índices de liquidez

corrente, liquidez geral e solvência geral maiores ou iguais a 1,00, que deverá ser comprovado através de documento conforme Modelo Anexo VIII devidamente assinado pelo representante legal da licitante e pelo Contador ou Técnico em Contabilidade, com indicação de seu número de registro no CRC - Conselho regional de Contabilidade.

5.5.1. A não apresentação ou incorreções nos referidos índices, inabilitará a empresa caso esta não possua um capital social mínimo de 2% do valor total estimado desta Concorrência.

5.6. Certidão Negativa de Falência expedida pelo(s) distribuidor(es) da sede da pessoa jurídica **em conjunto** com certidão ou declaração expedida por órgão competente, informando a quantidade e as competências dos distribuidores da comarca da sede da pessoa jurídica, sendo certo que será aceita certidão uma que contenha todas as informações citadas.

5.7. A existência de restrição relativamente à regularidade fiscal e trabalhista não impede que a licitante qualificada como Pequenos Negócios seja declarada vencedora, uma vez que atenda a todas as demais exigências do edital.

5.8.1. Havendo alguma restrição na documentação para a comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de (05) cinco dias úteis, contados da declaração do vencedor do certame, podendo este ser prorrogado por igual período a critério do Presidente da comissão, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, devendo a empresa interessada apresentar as respectivas certidões negativas ou positivas com efeito de negativa, conforme artigo 43 Parágrafo 1º da Lei Complementar Federal nº 123/2006.

5.8.2. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, sendo facultado ao Presidente da comissão convocar para nova sessão pública os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para contratação, ou

revogar a licitação, conforme § 1º e 2º do artigo 43 da Lei Complementar Federal nº 123/2006.

5.9. Os documentos necessários à habilitação e ao credenciamento poderão ser apresentados em original ou cópia. ***Quando apresentados em cópias, poderão ser solicitados os originais para verificação quando houver dúvidas em relação à integridade e veracidade do documento;***

5.9.1. Os documentos que forem emitidos via Internet terão sua autenticidade verificada nos respectivos sites.

5.10. Os documentos apresentados em original não serão devolvidos, permanecendo integrados ao processo licitatório;

5.11. Todos os documentos expedidos pela empresa deverão ser subscritos por seu representante legal;

5.12. Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitação de documento em substituição aos documentos requeridos no presente edital e seus anexos;

5.13. Caso haja documentos redigidos em idioma estrangeiro, os mesmos somente serão considerados se:

5.13.1. Estiverem devidamente registrados nos órgãos competentes do país de origem;

5.13.2. Estiverem devidamente legalizados em órgão do Ministério do Exterior do Brasil, podendo ser em repartição consular do Brasil no país de origem.

5.14. Os licitantes possuidores do Certificado de Registro Cadastral - CRC inscritos na Seção de Cadastro de Fornecedores do Departamento de Suprimento e Licitação da Secretaria Municipal de Administração, poderão retirar o documento do CRC no dia útil anterior a abertura do certame, documento este que substitui os documentos solicitados nos itens 2, 3 e 5 deste Título, caso estes já constem em seu cadastro.

5.14.1. Mesmo que o licitante possua o Certificado de Registro Cadastral

– CRC, emitido pelo Departamento de Suprimentos e Licitações da Secretaria Municipal de Administração, deverão ser apresentados os documentos de habilitação técnica exigidos neste edital;

5.14.2. Na hipótese da apresentação do Certificado de Registro Cadastral - CRC não serão aceitos os documentos com prazo de validade vencido, sendo obrigatória à apresentação da cópia reprográfica do documento dentro do prazo de validade, inclusive as declarações firmadas, que possuem validade de 30 (trinta) dias.

5.15. Serão considerados os prazos de validade expressos nos documentos.

5.15.1. Para os documentos que não apresentarem esta informação, será considerado como prazo de validade o período de 180 (cento e oitenta) dias a partir de sua emissão, com exceção dos atestados de capacidade técnica que por lei é vedada a limitação de tempo.

5.15.2. Os certificados/certidões deverão ter prazo de validade com vencimento até, no mínimo, a data marcada para a abertura dos envelopes;

5.15.3. As declarações a serem firmadas pelo licitante exigidas neste edital deverão estar datadas em, no máximo, 30 (trinta) dias antes da data marcada para a abertura dos envelopes.

5.16. Todos os documentos apresentados deverão estar em nome do licitante e com número do CNPJ e endereço respectivo.

5.16.1. Se o licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se o licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz e os atestados de capacidade técnica ou de responsabilidade técnica, os quais podem ser apresentados em nome e com o número do CNPJ da matriz ou da filial da empresa licitante.

5.17. O licitante qualificado como Pequenos Negócios, pela apresentação da

Declaração de Equiparação de Pequenos Negócios (modelo Anexo XI), deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de inabilitação.

- 5.18. Constatado o atendimento às exigências de habilitação fixadas no Edital, o licitante será declarado habilitado.

X.PROCESSAMENTO E JULGAMENTO

1. A licitação será processada e julgada de acordo com as Leis nºs 12.232/2010 e 8.666/1993, observando-se as disposições aplicáveis à licitação do tipo MELHOR TÉCNICA e PREÇO;
2. Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas;
3. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas;
 - 3.1. Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a administração direta e/ou indireta da Prefeitura Municipal de Teresópolis;
 - 3.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 09 (nove) integrantes, sendo 03 (três) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual direto ou indireto, com a administração direta e indireta da Prefeitura Municipal de Teresópolis, todos previamente cadastrados pela Comissão Permanente de Licitação;
4. A referida relação dos nomes será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio;
5. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, 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 administração direta e indireta da Prefeitura Municipal de Teresópolis;
6. A referida relação conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com administração direta e indireta da Prefeitura Municipal de Teresópolis;
 7. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa com fundamentos jurídicos plausíveis para a exclusão;
 - 7.1. 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;
 - 7.2. 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;
 - 7.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido;
 - 7.4. Só será admitida nova impugnação se o nome que vier a completar a relação anteriormente publicada;
 - 7.5. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
 - 7.6. **Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.**
 8. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

9. **Primeira Sessão:**

9.1. A primeira Sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste edital e terá a seguinte pauta inicial:

9.1.1. Identificar os representantes das licitantes;

9.1.2. Receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

9.1.3. Conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

9.1.4. Rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos envelopes nº 1 e nº 3;

9.1.5. Retirar e rubricar o conteúdo do envelope nº 1;

9.1.6. Abrir o envelope nº 3 e rubricar seu conteúdo;

9.1.7. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os envelopes de nº 1 e nº 3;

9.1.8. Informar que, através de publicação no Diário Oficial, as licitantes serão convocadas para a próxima sessão, quando haverá a divulgação do julgamento das Propostas Técnicas.

9.2. **Finalizada a Primeira Sessão**, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os ENVELOPES de nº 1, com as **VIAS NÃO IDENTIFICADAS** do Plano de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica que efetuará os seguintes procedimentos:

9.2.1. Análise individualizada e julgamento, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

9.2.2. Elaboração e encaminhamento, 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;

9.3. Uma vez recebida a ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os ENVELOPES de nº 3, com a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE

COMUNICAÇÃO à Subcomissão Técnica, que efetuará os seguintes procedimentos:

- 9.3.1. Análise individualizada e julgamento da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- 9.3.2. Elaboração e encaminhamento 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.
- 9.4. As planilhas de pontuações previstas no Título XI, alínea “c” 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.
- 9.5. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do edital, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope nº 02 - VIA IDENTIFICADA - do Plano de Comunicação Publicitária.

10. Segunda Sessão:

- 10.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes de nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:
 - 10.1.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

- 10.1.2. Abrir o ENVELOPE de nº 2;
 - 10.1.3. Cotejar as vias não identificadas (envelope nº 1) com as vias identificadas (envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
 - 10.1.4. Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
 - 10.1.5. Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.
- 10.2. Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão Permanente de Licitação dará continuidade aos procedimentos da licitação.
- 10.2.1. Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Permanente de Licitação informará que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado no Diário Oficial, com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;
- 10.3. 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.
- 11. Terceira Sessão:**
- 11.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente

de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- 11.1.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
 - 11.1.2. Abrir os ENVELOPES de nº 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
 - 11.1.3. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes de nº 4;
 - 11.1.4. Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados.
- 11.2. Tendo sido julgadas as Propostas de Preços, o julgamento final das propostas será feito de acordo com nota final alcançada, sendo a classificação das propostas em ordem decrescente das referidas notas, conforme critério de julgamento estabelecido neste edital: ***média ponderada entre as notas da Proposta Técnica e de Preço***;
- 11.2.1. No caso de empate, a Comissão Permanente de Licitação procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93;
 - 11.3. Nos termos das concorrências do tipo “Melhor Técnica e Preço” na Lei 8.666/93 os demais concorrentes deverão acatar, seguir a proposta de preço da agência vencedora na média ponderada.
 - 11.4. Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento das Propostas de Preços, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão Permanente de Licitação dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes.

11.4.1. Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação informará que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado no Diário Oficial, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art. 109 da Lei Nº 8.666/1993;

12. Quarta Sessão:

12.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

12.1.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

12.1.2. Receber e abrir os ENVELOPES de nº 5 das licitantes classificadas, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

12.1.3. Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

12.1.4. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes nº 5;

12.1.5. Informar o resultado de Habilitação e declarar as licitantes vencedores;

12.2. Se todos os representantes das licitantes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado final, poderão registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão Permanente de Licitação publicará no Diário Oficial o resultado final da licitação com os nomes das licitantes vencedoras.

- 12.3. Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das licitantes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado de Habilitação, a Comissão Permanente de Licitação informará que o RESULTADO DE HABILITAÇÃO e RESULTADO FINAL serão publicados no Diário Oficial, com a indicação dos proponentes HABILITADOS e INABILITADOS, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “a” do inciso I do art. 109 da Lei Nº 8.666/1993;
- 12.3.1. Quando julgado(s) o(s) recurso(s) interposto(s), o resultado será publicado no Diário Oficial, caso tenha(m) sido julgado(s) PROCEDENTE(S), será publicado também o novo RESULTADO DA LICITAÇÃO com o nome da licitante vencedora.
- 12.4. Após exame das Propostas de Preços, de acordo com os critérios estabelecidos neste edital, **a classificação da proposta será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço**, de acordo com os pesos preestabelecidos neste edital.
- 12.5. Uma vez habilitada, a licitante com a proposta classificada no 1º (primeiro) primeiro lugar, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame.
- 12.6. No caso de empate na média geral, a Comissão Permanente de Licitação procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93;
- 12.7. A abertura dos envelopes de propostas e habilitação ocorrerá sempre em sessão pública, com a devida divulgação. O exame da documentação de propostas e de habilitação poderá ocorrer em sessão pública ou em sessão privativa da Comissão Permanente de Licitação;
- 12.8. Todas as propostas e documentos de habilitação serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes na sessão;
- 12.9. A publicação dos resultados de Julgamento de Propostas Técnicas, Propostas de Preços e de habilitação será efetuada na imprensa oficial, salvo

se presentes todos os licitantes no ato em que foi adotada a decisão quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados, sendo registrada em ata, conforme prevê o § 1º do art. 109 da Lei 8.666/1993;

- 12.10. A Comissão Permanente de Licitação poderá marcar data de reunião especificamente para divulgação de resultados de julgamento de propostas e de habilitação, solicitando o comparecimento de todos os licitantes, a fim de agilizar o processo, com abreviação dos prazos de recursos.

XI.DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇO:

1. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 1.1. As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante;
- 1.2. A análise será realizada pelos membros da subcomissão técnica de forma individual em primeiro momento e colegiada em momento posterior, de modo a obedecer às exigências da Lei nº 12.232/2010 no tocante a variação permitida entre as pontuações dos avaliadores.
- 1.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:
 - 1.3.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:
 - 1.3.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão;
 - 1.3.1.2. Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
 - 1.3.1.3. Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Teresópolis, conforme o Briefing em anexo a este edital;
 - 1.3.1.4. Das necessidades de comunicação da específicas da Prefeitura Municipal de Teresópolis, para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing em anexo a este edital.
 - 1.3.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:
 - 1.3.2.1. A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing anexo a este edital;
 - 1.3.2.2. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
 - 1.3.2.3. A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus públicos;

- 1.3.2.4. 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 Município conforme o Briefing em anexo.
- 1.3.2.5. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- 1.3.2.6. A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura e seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo;
- 1.3.2.7. A composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilização em estratégia pertinente ao desafio proposto.

2. Ideia Criativa

- 2.1. Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura, conforme o Briefing em anexo;
- 2.2. Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- 2.3. Sua adequação ao universo cultural de todos os seus segmentos de público-alvo;
- 2.4. A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- 2.5. A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- 2.6. A simplicidade da forma sob a qual se apresenta e de seu entendimento nos diversos segmentos de comunicação;
- 2.7. Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Teresópolis, e à sua inserção nos contextos social, político e econômico, além de seus óbvios objetivos mercadológicos;
- 2.8. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

- 2.9. A exequibilidade das peças e ou do material;
 - 2.10. A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos;
 - 2.11. O manejo e adequação da linguagem e composição imagética de elementos, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.
3. Estratégia de Mídia e Não Mídia
- 3.1. O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
 - 3.2. A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
 - 3.3. A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
 - 3.4. A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Teresópolis;
 - 3.5. A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
 - 3.6. A otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa e o uso de índices eficazes.

a) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO DA LICITANTE

- 1. O conceito de seus produtos e serviços no mercado listados;
- 2. A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;
- 3. A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Teresópolis.
- 4. A adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- 5. A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo o trato da segurança;

6. A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Teresópolis, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
7. A existência de equipe dedicada para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Teresópolis, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição.

b) REPERTÓRIO

1. A ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura Municipal de Teresópolis;
2. A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção de cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
3. A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
4. A exequibilidade das soluções diante das verbas propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas e contemporaneidade das propostas (propostas mais recentes serão mais bem pontuadas, conforme detalhamento do critério).
5. A diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura de modo geral.

c) RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

1. A evidência de planejamento publicitário através da clareza de diagnóstico em cada caso;
2. A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução nos casos apresentados;
3. A relevância dos resultados apresentados e dados obtidos, bem como a derivação desses resultados;
4. A concatenação lógica da exposição e fluidez narrativo-textual.
5. A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem).
 - 5.1. Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

RACIOCÍNIO BÁSICO:

Máximo de **10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos

5.2. Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação	
Máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos

A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos
--	--------------------

5.3. Ideia Criativa: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos , da seguinte forma:	
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos

5.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:	
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos

Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos
---	-------------------

5.5. Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos , da seguinte forma:	
Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Teresópolis	6,0 (seis) pontos
Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura Municipal de Teresópolis, na escolha de soluções alternativas.	5,0 (seis) pontos
A existência de equipe dedicada para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Teresópolis, alocação, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição.	4,0 (quatro) pontos

5.6. Repertório: máximo de 10 (dez) pontos, as seguinte forma:

Repertório: máximo de 10,0 (dez) pontos	
Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pela pertinência em relação aos casos e verba apresentados.	3,0 (três) pontos
A qualidade da execução e acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção de cada um dos meios de onde essas peças foram inseridas e a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso onde elas estão inseridas.	3,0 (três) pontos

E a exequibilidade das soluções, a contemporaneidade e diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação no atendimento a outros clientes.	4,0 (quatro) pontos
--	---------------------------

5.7. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos , da seguinte forma:	
a evidência de planejamento publicitário na construção de seu caso e análise de elementos capazes de formar o diagnóstico.	3,0 (três) pontos
a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução apresentadas, incluindo a adequação propositiva da estratégia criativa que as peças representam.	3,0 (três) pontos
a relevância dos resultados apresentados e a concatenação lógica da exposição, bem como elementos da fluidez narrativa do caso.	4,0 (quatro) pontos

6. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos itens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas;
7. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.
8. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito e adotando as referências na tabela a seguir:

- **Não abordado ou Erroneamente abordado** – 0% do total de pontos destinados ao critério
- **Insuficientemente abordado** – 20% do total de pontos destinados ao critério
- **Parcialmente abordado** – 40% do total de pontos destinados ao critério
- **Satisfatoriamente abordado** – 70% do total de pontos destinados ao critério
- **Plenamente abordado** – 100% do total de pontos destinados ao critério

Referência	Nota	Escopo Detalhado do Atributo
<i>Não abordado ou Erroneamente abordado</i>	0% do total de pontos destinados ao critério	Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.
<i>Insuficientemente abordado</i>	20% do total de pontos destinados ao critério	Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.
<i>Parcialmente abordado</i>	40% do total de pontos destinados ao critério	Quando a proposta contempla aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não (pouco) relevantes desvios do solicitado.
<i>Satisfatoriamente abordado</i>	70% do total de pontos destinados ao critério	Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.
<i>Plenamente abordado</i>	100% do total de pontos destinados ao critério	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos do quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.

9. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais

pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º da Lei Nº 12.232/2010.

10. Após a discussão conjunta sobre suas avaliações, a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída aos quesitos sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e a Lei em vigor.
11. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
12. Será desclassificada a Proposta que:
 - 12.1. Não atender às exigências do edital, do Briefing e de seus anexos;
 - 12.2. Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
 - 12.3. Obter pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.
13. As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos.
14. Julgamento das propostas de preços:
 - 14.1. Depois de verificado o cumprimento do disposto acima, a Comissão Permanente de Licitação procederá à avaliação dos itens de cada proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO / HONORÁRIO	NOTA
01	<p>Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Teresópolis, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do SINAPRO/RJ - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro.</p> <p>Percentual mínimo: 20%</p>	<p><i>Desconto inferior a 20,0%:</i></p> <p>Nota=0,00 (desclassificada);</p> <p><i>Desconto igual ou superior a 20,0%:</i></p> <p>NOTA = DESCONTO x 1,5</p> <p>Nota máxima: 60 pontos</p>
02	<p>Honorários (em percentual) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Teresópolis, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.</p>	<p><i>Honorário superior a 12%:</i></p> <p>Nota=0,00 (desclassificada);</p> <p><i>Honorário igual ou inferior a 12%:</i></p> <p>NOTA = (-1,5 x HONORÁRIO) + 45</p> <p>Nota máxima: 40 pontos</p>

Percentual máximo: 12%

- 14.2. Uma vez que nos contratos de propaganda o volume de serviços faturados como “serviços internos” se mostra normalmente maior que o de honorários, deu-se maior peso a este critério na composição da nota de preço das concorrentes (60%).
- 14.2.1. As propostas de preço que apresentarem descontos sobre os custos internos baseados na tabela de preços do SINAPRO/RJ - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro inferiores a 20% (vinte por cento), serão desclassificadas.
- 14.2.2. As propostas de preço que apresentarem honorários (em percentual) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Teresópolis, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada superiores a 12% (doze por cento) serão desclassificadas.
- 14.3. A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 1 e 2 da tabela constante do Título VIII, item 1, sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços dos itens 1 e 2 da tabela mencionada.
- 14.3.1. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital, bem como as com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 48 da Lei 8.666/93.
- 14.3.2. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado observados no disposto no § 3º do art. 44 da Lei 8.666/93.
- 14.3.3. O valor máximo de pontuação da proposta de preço, observada a fórmula matemática acima proposta, é de 100 pontos.
- 14.3.4. Cada critério de preço pontuará somente até o seu limite máximo permitido, mesmo que o valor obtido com o cálculo supere o máximo de pontos do critério, permitindo a manutenção dos pesos de maior interesse para a administração do contrato.
15. Julgamento Final
- 15.1. A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste edital, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota técnica} \times 0,60) + (\text{Nota de preços} \times 0,40)$$

- 15.2. A classificação das propostas será feita em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais.

XII.DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

1. A homologação do processo e a adjudicação do objeto licitado serão efetuadas pela autoridade competente, conforme inciso VI do artigo 43 da Lei 8.666/93.

XIII.DO CONTRATO E DA GARANTIA CONTRATUAL

1. Após a adjudicação e homologação, a Administração Municipal, através da Procuradoria Geral convocará o licitante/vencedor em até 30 (trinta) dias, para que este assine o termo de contrato;
2. Caducará o seu direito de vencedor e se sujeitará às sanções deste edital, na hipótese do convocado deixar de assinar o contrato dentro do prazo de 02 (dois) dias úteis, contados da data de recebimento da notificação ou da comunicação para assinatura do contrato, se não houver apresentado justificativa por escrito, ficando caracterizada a recusa injustificada do adjudicado, uma vez que tal conduta caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, em conformidade com o disposto no artigo 81 e parágrafo único da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;
3. Na hipótese descrita acima, a Administração poderá convocar os licitantes remanescentes, em ordem de classificação, nas mesmas condições do primeiro colocado.
 - 3.1.O prazo acima estabelecido poderá ser prorrogado por uma vez, por igual período, desde que seja alegado fato relevante, comunicado à Administração, e esta o aceite.
4. O contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contado da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do art. 57, II, da Lei Federal Nº 8.666/93.
5. Na hipótese de alterações no objeto de que trata este Edital, serão observadas as disposições do artigo 65 da Lei 8.666/93;
 - 5.1.**Utilizar-se-á como base para reajuste do valor estimado do contrato, exclusivamente, a Tabela setorial do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado Do Rio de Janeiro – SINAPRO, reajustada anualmente, considerando-se o primeiro reajuste anual da referida**

Tabela, após devida manifestação técnica da Gerência Geral de Controle da Prefeitura Municipal de Teresópolis.

6. A Administração exigirá do licitante o fornecimento de uma garantia, cabendo ao contratado optar por uma das seguintes modalidades abaixo relacionadas:
- 6.1. Caução em dinheiro ou título de dívida pública;
 - 6.2. Seguro Garantia;
 - 6.3. Fiança Bancária.
 - 6.4. A garantia que se refere o “caput” deste artigo será de 5% (cinco por cento) do valor do contrato e terá seu valor atualizado nas mesmas condições daquele, de acordo com o art. 56 da Lei 8.666/1993;
 - 6.5. A garantia prestada pelo contratado será liberada ou restituída após a execução do contrato e atestado de recebimento pelo Secretário requisitante, e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente.
 - 6.6. Optando pela modalidade caução em dinheiro, esta deverá ser prestada, através de depósito bancário em conta a ser fornecida pela Prefeitura Municipal de Teresópolis em momento oportuno;
 - 6.7. Optando por fiança bancária ou seguro garantia, o beneficiário será a Prefeitura Municipal de Teresópolis;
 - 6.8. Se o proponente vencedor optar pelo Seguro Garantia ou Fiança Bancária deverá apresentar ao Setor Financeiro da Prefeitura Municipal de Teresópolis, os respectivos termos para aprovação prévia, ressaltando que não serão aceitas quaisquer cláusulas restritivas ou que dificultem ou imponham condições a obtenção pela CONTRATANTE da garantia em caso de inadimplência;
 - 6.9. Nas modalidades fiança bancária ou seguro garantia, somente serão aceitas aquelas que tenham em anexo a comprovação dos poderes das pessoas físicas signatárias dos documentos;
 - 6.10. Cumprindo fielmente o contrato, a garantia prestada será restituída à(s) contratada(s), descontados eventuais débitos que esta vier a ter com o CONTRATANTE.
7. Quanto aos ***direitos autorais***, serão observadas as seguintes disposições:

- 7.1.A** CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- 7.2.A** cessão de que trata o subitem anterior será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- 7.2.1.** O CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- 7.2.2.** A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades da Prefeitura Municipal de Teresópolis, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- 7.2.3.** Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio da agência de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- 7.2.4.** Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
- 7.3.A** CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão,

orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas.

7.3.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

7.3.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

XIV.DO PRAZO E CONDIÇÕES DE ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

1. O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato;
2. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar e manter sede, escritório ou sucursal no estado do Rio de Janeiro.
3. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possua no Estado do Rio de Janeiro uma estrutura de pessoal compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, **no mínimo**, pelos seguintes profissionais:
 - 3.1.02 (dois) na área de atendimento, sendo 01 (um) exclusivo para atendimento à Prefeitura Municipal de Teresópolis;

- 3.2.01 (um) na área de planejamento e estudo – excluindo profissionais que trabalham em atendimento;
- 3.3.02 (dois) na área de criação;
- 3.4.02 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- 3.5.01 (um) na área de mídia;
- 3.6.02 (dois) na área de comunicação digital.
4. Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela Secretaria Municipal de Governo e Coordenação, e encaminhados no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.
5. Todos serviços a serem prestados pela contratada deverá ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo a ser apresentado pela Prefeitura Municipal de Teresópolis, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado.
6. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores.
7. Os serviços serão executados pela Contratada com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos **serviços complementares** necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da Secretaria Municipal de Governo e Coordenação, ficando a

contratada responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza dela decorrentes.

8. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer à contratada, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.
 - 8.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pela contratada ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos no mercado do ramo do fornecimento pretendido.
 - 8.2. No caso do subitem anterior, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.
 - 8.3. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem anterior.
9. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.
10. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
11. A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

12. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, VT, filmes, etc.), inclusive fotos compradas para uso em outdoor ou peça gráfica, ficarão sob a guarda da(s) Contratada(s), mas disponíveis a qualquer tempo para à Prefeitura Municipal de Teresópolis, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio vedado à transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

XV.DAS CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO DO OBJETO

1. O contratado deverá formalizar processo de pagamento, junto ao Protocolo Geral do Município, contendo:
 - 1.1. Nota Fiscal com o correto detalhamento dos itens fornecidos;
 - 1.2. Relatório de execução, quando for o caso;
 - 1.3. Cópia do contrato ou instrumento equivalente, inclusive eventuais aditivos;
 - 1.4. Nota de empenho;
 - 1.5. Comprovação de regularidade fiscal com as Fazendas:
 - 1.5.1. Federal (Certidão Conjunta da Dívida Ativa da União e Receita Federal);
 - 1.5.2. Estadual (ICMS e Dívida Ativa, conforme resolução conjunta PGE/SER Nº 033 de 24 de novembro de 2004 para o Estado do Rio de Janeiro) e;
 - 1.5.3. Municipal do domicílio ou sede do licitante, conforme legislação municipal;
 - 1.5.4. Pagamento da tarifa do Protocolo Geral, quando for o caso.
2. O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após a apresentação das Notas Fiscais.
 - 2.1. O pagamento a CONTRATADA corresponderá, ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos, referentes à criação e finalização de peças publicitárias; honorários, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros (subcontratados) e

desconto padrão de agência, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;

2.2. O pagamento a(s) SUBCONTRATADA(s), corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) fornecidos e, no caso de mídia, veiculados;

2.3. Devem ainda ser observadas por parte da CONTRATANTE as seguintes recomendações, no que se refere ao pagamento da CONTRATADA e, no que couber de sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S):

2.3.1. Caso ocorra erro ou omissão na nota fiscal ou outra circunstância que prejudique o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento tanto à CONTRATADA como a(s) sua(s) respectiva(s) subcontratada(s), passar a ser contado da data de apresentação, pela CONTRATADA, da nova fatura, nos termos do subitem anterior;

2.3.2. A devolução da Nota Fiscal não aprovada pela CONTRATANTE, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços;

2.3.3. Serão descontados, mensalmente, da Nota Fiscal os valores decorrentes de indenizações ou de multas eventualmente registradas, na forma prevista no art. 86, §§ 1º, 2º e 3º da Lei 8.666/93;

3. A CONTRATANTE poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a CONTRATADA não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;

4. Os períodos de atraso por culpa da CONTRATADA e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da CONTRATADA, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;

5. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- 5.1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro, conforme a proposta apresentada;
- 5.2. Honorários (em percentual) de até 12% (doze por cento), de acordo com o constante da proposta de preços da CONTRATADA, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;
- 5.3. A CONTRATADA emitirá nota fiscal contra a CONTRATANTE, referente ao desconto padrão de agência, calculado sobre o valor bruto dos serviços de veiculação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;
6. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;
- 6.1. ***Não incidirão honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados***, que sejam veiculados e, portanto, contemplados com o “desconto de agência”.
- 6.2. A CONTRATADA reverterá à CONTRATANTE parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, calculado sobre o valor de cada veiculação, caso o valor da verba atinja os parâmetros apresentados no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia;
- 6.3. Na execução do contrato, a CONTRATANTE deverá negociar com a CONTRATADA, a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para o Município, sendo obrigatória a comprovação documental, de que referida negociação foi realizada;

- 6.4. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os tributos que forem adicionados aos preços desses serviços;
- 6.5. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE/INTERVENIENTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 30% (trinta por cento);
- 6.6. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela CONTRATANTE/INTERVENIENTE aos detentores desses direitos será de no máximo 30% (trinta por cento).

XVI.DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

1. Os recursos interpostos contra as decisões proferidas pela Comissão Municipal de Licitações, somente serão acolhidas nos termos da Lei 8.666/93, mediante razões protocoladas no Protocolo Geral da Prefeitura Municipal, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:
 - 1.1. habilitação ou inabilitação do licitante;
 - 1.2. julgamento das propostas;
 - 1.3. anulação ou revogação da licitação;
 - 1.4. Indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento.
2. Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, conforme Artigo 109, § 3º da Lei 8.666/1993.
3. Representação, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou contrato, de que não caiba recurso hierárquico, na forma do Artigo 109, § 4º da Lei 8.666/1993.

4. Pedido de reconsideração da decisão, na hipótese do Inciso III do art. 109 da Lei 8.666/93, no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimação do ato.

XVII.DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

1. Ao vencedor, adjudicado e contratado, que se tornar inadimplente pela execução do OBJETO - descrito na cláusula I desta CONCORRÊNCIA PÚBLICA, pela escusa ou descumprimento da sua garantia, como proposto, serão aplicadas as seguintes penalidades:
 - 1.1. Advertência por escrito;
 - 1.2. Multa moratória de 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
 - 1.3. Multa compensatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto.
 - 1.4. Em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida.
 - 1.5. Multa de 1% (um por cento) sobre o valor do contrato, caso a contratada se recuse ou não compareça para a assinatura do contrato;
 - 1.6. Suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração por um período de até 24 (vinte e quatro) meses, sempre de acordo com a gravidade do fato e a decisão da autoridade competente;
 - 1.7. Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração até a reabilitação do contratado perante a autoridade que prolatou a decisão, sempre após o ressarcimento de danos.
2. As sanções de multa poderão ser aplicadas conjuntamente com as demais e serão descontadas da garantia prestada pelo contratado.
 - 2.1. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa

à Contratada, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.

2.2. As notificações decorrentes de procedimentos de punições administrativas serão feitas através de carta registrada, publicação dos atos no D.O.E do município ou pelos e-mails informados pelo fornecedor no certame e no decorrer da contratação.

3. Após a instauração do procedimento, a empresa será notificada através de um dos meios previstos no item 2.2 para apresentar sua defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.
4. Caso, após a defesa prévia da empresa, a administração pública apresente novas provas ou argumentos, a empresa será notificada para apresentar suas alegações finais, no prazo de 10 (dez) dias.
5. Após a decisão, independente da aplicação ou não de sanções, a empresa será cientificada através de um dos meios previstos no item 2.2, sendo certo que terá outros 5 (cinco) dias úteis para apresentação de recurso à autoridade máxima, que decidirá no prazo máximo de 30 (trinta) dias, podendo ser prorrogado por mais 30 dias, nas hipóteses do art. 109, I, "f" da Lei nº. 8.666/1993.
6. O prazo para recurso será de 10 (dez) dias na hipótese do art. 109, III da Lei nº. 8.666/1993.
7. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.
8. O prazo para pagamento de multas será de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação da empresa apenada, sendo possível, a critério da Administração, o desconto das respectivas importâncias do valor eventualmente devido.
9. O não pagamento de multas no prazo previsto ensejará a inscrição do respectivo valor como dívida ativa, sujeitando-se a CONTRATADA ao processo judicial de execução.

XVIII.DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

1. Até 05 (cinco) dias úteis antes da data designada para a abertura da sessão pública, qualquer pessoa poderá impugnar este Edital, sendo o prazo limite para Licitantes de até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de propostas, conforme art. 41 § 1º e 2º da lei Federal n. 8.666/93.
2. Para efeito de antecipação, a impugnação poderá ser iniciada por forma eletrônica, pelo e-mail licitacao.impugnacao@teresopolis.rj.gov.br, pelo fax (0XX21) 2742-3352, devendo ser formalizada por petição protocolada no Protocolo Geral da Prefeitura Municipal de Teresópolis, contendo:
 - 2.1. Assunto: C.P. nº - IMPUGNAÇÃO - Razão Social da solicitante
 - 2.2. No corpo da solicitação: Razão Social da Empresa; nome completo da Pessoa Física (representante da empresa e solicitante representante), CNPJ/CPF, Telefone para Contato, E-mail; razões fundamentadas.
3. Caberá à Comissão de Licitação, com parecer da Autoridade Superior Requisitante (Secretaria Municipal de Governo e Coordenação), caso necessário, decidir sobre a impugnação no prazo de até 03 (três) dias úteis.
 - 3.1. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração no edital não afetar a formulação da proposta.
4. Os pedidos de esclarecimentos referentes a este processo licitatório deverão ser enviados à Comissão de Licitação, até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data designada para abertura da sessão pública, exclusivamente por meio eletrônico via internet, para o e-mail: licitacao.impugnacao@teresopolis.rj.gov.br, contendo:
 - 4.1. Assunto: C.P. nº - ESCLARECIMENTOS/QUESTIONAMENTOS - Razão Social da solicitante
 - 4.2. No corpo da solicitação: Razão Social da Empresa; nome completo da Pessoa Física (representante da empresa e solicitante representante), CNPJ/CPF, Telefone para Contato, E-mail; questionamentos.
5. Caberá ao Presidente da Comissão de Licitação prestar os esclarecimentos, com apoio da Secretaria Requisitante, quando necessário, no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas.

- 5.1. Quaisquer informações, esclarecimentos ou dados fornecidos verbalmente por servidores do Município, inclusive membros do Departamento de Suprimentos e Licitações, bem como a Comissão de Licitação não serão considerados nem aceitos como argumentos para impugnações, reclamações, reivindicações, etc., por parte dos proponentes.
- 5.2. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.
- 5.3. As respostas às impugnações e os esclarecimentos prestados pela Comissão de Licitação serão entranhados nos autos do processo licitatório e estarão disponíveis para consulta por qualquer interessado.

XIX.DISPOSIÇÕES FINAIS

1. A Prefeitura Municipal de Teresópolis reserva-se o direito de escolher a proposta que mais lhe convier, ou recusar todas, anulando-a ou aprovando-a total ou parcialmente se assim for do interesse público, sem que caiba aos licitantes o direito a qualquer indenização;
 - 1.1. Consoante o artigo 45 da Lei nº 9.784, de 1999, a Administração Pública poderá, sem a prévia manifestação do interessado, motivadamente, adotar providências acauteladoras, inclusive retendo o pagamento, em caso de risco iminente, como forma de prevenir a ocorrência de dano de difícil ou impossível reparação;
 - 1.2. Da reunião lavrar-se-á ata circunstanciada, na qual serão registrados as Ocorrências relevantes e que, ao final será assinada pela Comissão de Licitação, assim como pelos representantes proponentes presentes;
 - 1.3. Os interessados poderão adquirir o Edital, no Departamento de Suprimento e Licitação, situado na Avenida Feliciano Sodré 595, 1º andar - Várzea, Teresópolis, no horário das 09:00 às 18:00 horas. Informações pelos telefones: (0XX21) 2742-3352 e (0XX21) 2742-3885, a partir das 09:00 horas, ou pelo endereço eletrônico desta Prefeitura (licitacao.teresopolis.rj.gov.br);

- 1.4. **Não serão conhecidos recursos e/ou impugnações enviados pelo correio, telex, fac-símile, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação, se, dentro do prazo previsto em lei, o respectivo original não tiver sido protocolizado até o final do prazo legal no Protocolo Geral deste Município;**
- 1.5. É facultada ao Presidente da Comissão de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar no ato da sessão pública;
- 1.6. Fica assegurado ao Presidente da Comissão de Licitação o direito de, no interesse da Administração anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando a devida ciência aos participantes na forma da legislação vigente;
- 1.7. Os proponentes assumem todos os custos de preparação e de apresentação de suas propostas sendo que a Administração Municipal não será, em nenhum caso, responsável por esses custos independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório;
- 1.8. Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação;
- 1.9. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente no horário e local aqui estabelecidos, desde que não haja comunicação expressa do Presidente da Comissão de Licitação ao contrário;
- 1.10. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, iniciando-se e vencendo em dias de expediente;

- 1.11. As normas que disciplinam esta Licitação serão sempre interpretadas a favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não haja comprometimento da segurança do procedimento;
- 1.12. Não serão considerados motivos para inabilitação ou desclassificação, simples omissões ou irregularidades materiais (erros datilográficos, concordância verbal, etc.) da documentação, da proposta e de seus invólucros, desde que sejam irrelevantes, não prejudiquem o processamento da licitação e o entendimento da proposta, ficando a decisão a critério do Presidente da Comissão de Licitação;
- 1.13. Quaisquer dúvidas relativas à presente licitação serão dirimidas pela Comissão de Licitação, que poderá solicitar apoio da Assessoria Jurídica da Administração, bem como consulta a Secretaria Requisitante;
- 1.14. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição da sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta, durante a realização da sessão pública da Licitação;
- 1.15. Fica a cargo da empresa proponente, em caso de inabilitação, retirar o envelope de documentos de habilitação no Departamento de Suprimento e Licitação, dentro do prazo de 120 (cento e vinte) dias corridos, após a homologação ou conclusão do processo, sendo que quando não retirado será incinerado pela comissão, independentemente de qualquer aviso ou notificação;
- 1.16. O Departamento de Suprimentos e Licitações poderá, dependendo do volume de documentos, e depois da análise e rubrica dos representantes dos proponentes, sobrestar o certame pelo prazo que determinar suficiente, com a finalidade de, com a devida cautela, promover nova análise na documentação;
- 1.17. Todos os requerimentos a serem realizados pelo contratado deverão ser formalizados no setor de protocolo geral da Prefeitura de Teresópolis, inclusive os de reequilíbrio, cancelamento e troca de marca;

- 1.18. Após a realização da Licitação, os autos do respectivo processo permanecerão com vista franqueada aos interessados conforme estabelece a Lei de Acesso à Informação;
- 1.19. O foro da Cidade de Teresópolis, será o único competente para dirimir e julgar toda e qualquer dúvida relativa ao presente procedimento, com exclusão de qualquer outro.

XX.ANEXOS

1. Constituem anexos deste instrumento convocatório, dele fazendo parte integrante:
- **ANEXO I** - Briefing;
 - **ANEXO II** - Minuta do Contrato;
 - **ANEXO III** - Modelo de Proposta de Preços e Valoração;
 - **ANEXO IV** - Modelo de Procuração;
 - **ANEXO V** – Modelo de Declaração do Trabalho do Menor;
 - **ANEXO VI** – Declaração Conjunta;
 - **ANEXO VII** - TABELA SINAPRO/RJ 2020;
 - **ANEXO VIII** – Análise econômico-financeira (índice de liquidez);
 - **ANEXO IX** – Declaração de Pleno atendimento às condições de habilitação;
 - **ANEXO X** – Declaração de não emprego de trabalho forçado ou degradante;
 - **ANEXO XI** – Declaração de equiparação de pequenos negócios.

Teresópolis, 10 de março de 2022.

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

ANEXO I

BRIEFING

NATUREZA DO PROJETO/ CAMPANHA SIMULADA: Constitui objeto do presente documento, conforme rege a normativa em vigor, projeto de CAMPANHA SIMULADA para a Contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal de Teresópolis.

O produto final decorrente da execução do exercício desta licitação será propriedade da Prefeitura Municipal de Teresópolis, não sendo passível de remuneração de nenhuma ordem por parte das candidatas não classificadas.

Mesmo realizada sob uma perspectiva simulada, com objetivo de avaliar o trabalho integrado desenvolvido pelas empresas concorrentes, todos os dados presentes neste briefing são baseados na realidade da Contratante e de seus públicos, devendo as concorrentes tomar dados e elementos reais para desenvolver seus pressupostos e propostas.

CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE O DIMENSIONAMENTO DE CUSTO: O valor adiante definido como valor da campanha simulada, bem como o valor global do contrato, foi dimensionado ante as idiossincrasias do mercado de comunicação, com base nos contratos correlatos firmados pelo executivo e, sobretudo, ante as necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis.

A Prefeitura Municipal de Teresópolis destaca que, como instrumento de definição do orçamento anual foi considerada a demanda de mídia de contratos correlatos, a expansão contínua da necessidade de prestação de contas dos serviços da companhia, todo o contexto que envolve as obras municipais, conforme exercício desenvolvido no sentido de ponderar questões técnicas, e usando de pequenos ajustes para facilitar este exercício.

Destacamos que entre as necessidades primárias do trato da verba estão a presença regular em meios de massa eletrônicos, dada a necessidade de comunicar ações para um público residente em área urbana de forma expressiva, incluindo o uso pontual de

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

televisão aberta e emissoras de rádio, com amplo alcance e baixo custo nominal por milheiro, conforme melhores práticas em planejamento publicitário.

Ainda como elemento adjuvante as ações de comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis podem demandar eventual presença em meios de mídia exterior e mobiliário urbano (OOH), além de mídia dirigida para seus clientes diretos e meios impressos de formação de opinião, como forma de consolidar informações de maior porte para a comunicação estadual.

Como presença paralela, às ações de comunicação permanentes também requerem presença patrocinada em meios digitais, com impulsionamento e uso constante de informações direcionadas para públicos específicos.

As proporções e valores serão definidos pelas concorrentes no exercício simulado conforme planejamento a ser desenvolvido pelas candidatas, sendo este trabalho realizado como instrumento exclusivo de dimensionamento da verba do contrato e na expectativa da melhor distribuição técnica que deve ser realizado pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.

SOBRE O ASPECTO TÉCNICO DO TRABALHO A SER DESENVOLVIDO: O trabalho realizado pelas concorrentes quando da sua contratação deve ser fundamentado na lógica de integração das ferramentas de comunicação, onde cada meio tem um poder específico de impactar a população e onde os canais de divulgação devem interagir de forma sinérgica, empoderando os investimentos e maximizando os resultados esperados para as Campanhas de prestação de contas e promoção de serviços desenvolvidos pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.

Uma vez que os valores a serem pagos aos veículos, conforme legislação em vigor, devem seguir expressamente as tabelas registradas no CENP, as definições quantitativas e qualitativas das atividades de planejamento e análise de mídia são preponderantes nos resultados das campanhas.

A escolha de propostas tecnicamente menos onerosas, mas sem a devida compreensão dos efeitos da campanha e do melhor uso das ponderações técnicas, geraria, necessariamente, prejuízos ao erário público, pelo não atingimento das metas

necessárias à comunicação. Portanto este elemento deve ser ponderado na avaliação das candidatas.

SOBRE A ESCOLHA DO TEMA PARA A CONSTRUÇÃO DO BRIEFING: Foi escolhido como objeto do exercício simulado uma campanha de resgate da autoestima e promoção do destino Teresópolis – "Teresópolis - a cidade bela, de todos nós, está de volta - Terê Tão Bela".

É importante destacar que, mesmo sendo uma atividade simulada que não implica obrigação de desenvolvimento e aplicação das campanhas vencedoras, os serviços de publicidade prestados pela Companhia devem se pautar em suas necessidades sociais e mercadológicas, orientando-se pela divulgação dos produtos, serviços e atividades em consonância com o caráter informativo, educativo, mercadológico e de promoção de sua responsabilidade social.

O trato institucional deve levar em consideração a responsabilidade social da Prefeitura, além de trazer à comunidade elementos claros dos aspectos de missão do órgão, tendo como finalidade esclarecer a população sobre os serviços à sua disposição e ações realizadas em benefício da coletividade.

SOBRE O VETO A PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS: Conforme faculta a legislação em vigor, a escolha pela participação de consórcios só deve ser liberada quando esta amplia a competitividade do certame. Neste caso em particular, e pelas características técnicas do pedido, empresas consorciadas poderiam apresentar propostas cartelizadas, o que contraria os objetivos do certame. Por fim, no andamento do contrato, o consórcio empresarial poderia apresentar injusta vantagem sobre os procedimentos de concorrência interna, invalidando o interesse do legislador em permitir permanente competitividade mesmo durante a execução do contrato.

I. INTRODUÇÃO E CONCEITO

1. Teresópolis é um município localizado no topo da Serra dos Órgãos, no Rio de Janeiro. É uma cidade repleta de atrativos naturais, com forte vocação para o turismo. É também reconhecida por ser o celeiro verde do Estado, expoente da produção de lúpulo no Brasil e fornecedora de cerca de 90% das hortaliças consumidas em todo o Rio. A terra das belezas naturais e do homem do campo

é ainda referência em educação e tecnologia, fomentando ações de grande relevância, reforçando setores estratégicos da nova economia e gerando oportunidades

2. Localizada no topo da Serra dos Órgãos, na região central do estado do Rio de Janeiro. Fica há menos de 75 km da cidade do Rio de Janeiro, com seu principal acesso pela BR-116.
3. Também está localizada no centro da Região Serrana do Rio de Janeiro, conhecida como Serra Verde Imperial, com acesso direto para as cidades de Petrópolis e Nova Friburgo.

II. Um breve viagem pela história local

1. Lá em meados do século XIX, em 1818, D. João VI e a família real portuguesa estavam há 10 anos no Brasil. Nesta época, Teresópolis era terra de ninguém, mas tinha grande importância pelo seu acesso às Minas Gerais e ao famoso Caminho do Ouro. Percebendo o potencial da região, um homem visionário, o inglês George March, comprou uma extensão de terras na cidade, a chamada Fazenda Paquequer e assim, a região passou a ser povoada e se transformou num local cobiçado pela Corte
2. Mais 40 anos depois dessa empreitada de March, a cidade de Teresa passou a se chamar Teresópolis. Repartidas as terras de George March, a partir de 1855, a Freguesia de Santo Antônio do Paquequer acabou emancipada em 6 de julho de 1891. Neste ano, de 2021, Terê completou 130 anos de sua emancipação.

III. Refúgio com qualidade de vida: tudo isso a apenas 90 minutos do centro do Rio de Janeiro.

1. Teresópolis está entre as 10 cidades mais seguras do país e possui um dos menores índices de criminalidade do Rio de Janeiro. A cidade conta com uma rede de câmeras inteligentes em todos os seus acessos além de estruturas da Guarda Civil Municipal, Polícias Civil, Militar e Corpo de Bombeiros.

IV. Vocações:

- 1º lugar em Agricultura no Estado do Rio;
- Histórico turístico, capital nacional de montanhismo;

- Ótima infraestrutura hoteleira para atender os turistas;
- Boa estrutura para crianças e idosos;
- Existência de significativa produção científica;
- Tradição na produção e comercialização de artesanato, abrigando a 3ª maior Feira de Artesanato do país;
- Existência de grande riqueza na biodiversidade;
- Maior polo de tecnologia do Interior e terceiro maior do Estado.

V. Turismo

1. Teresópolis foi uma das cidades precursoras do veraneio no Brasil e entrou oficialmente para o circuito turístico brasileiro quando sediou o 1º Festival Nacional de Cinema, sendo considerada no período “a cidade dos festivais”.
2. Atualmente desponta como um polo de ecoturismo e faz parte da Rota Cervejeira do Rio de Janeiro.
3. Para os amantes da natureza há muito o que explorar. São três extensos parques naturais: Parque Nacional da Serra dos Órgãos, que abriga o Dedo de Deus; o Parque Natural Municipal das Montanhas, onde fica a conhecida Pedra da Tartaruga; o Parque Estadual dos Três Picos e o recém-reinaugurado Horto Municipal Carlos Guinle, repleto de espécimes da flora de mata atlântica.
4. Ainda em Terê, o esporte queridinho dos brasileiros é destaque, pois é nesta cidade que está situado o Centro de Treinamento da CBF, onde grandes nomes da seleção brasileira se preparam para grandes competições.
5. Os visitantes podem ainda contar com mais 4.500 leitos hoteleiros e diversas opções de entretenimento e gastronomia.
6. Uma das características mais significativas da região é a **existência de áreas com possibilidade de proteção ambiental**, especialmente se considerados a **grande riqueza de espécies e os altos níveis de endemismos de suas montanhas**.
7. O município possui um trecho de Mata Atlântica com **enorme potencial turístico e para pesquisa da biodiversidade. Teresópolis apresenta 32% de seu território cobertos por remanescentes florestais**.

8. Existe **enorme potencial para o aproveitamento da biodiversidade nos processos biotecnológicos**.
9. *Parques e Unidades de Conservação*
10. Em relação às Unidades de Conservação de Proteção Integral, o Parque Nacional da Serra dos Órgãos, o Parque Natural Municipal Montanhas de Teresópolis e o Parque Estadual dos Três Picos que **compreendem 19,1% do município**.
11. O Três Picos é o maior parque estadual do Rio de Janeiro com 46.350 hectares, **(representa 75% de toda a área verde protegida)**. O parque preserva o cinturão central da Mata Atlântica do Estado.
12. Em suas densas matas foram detectados **os mais elevados índices de biodiversidade de todo o Estado**.
13. O termo Publicidade Institucional aplicado à gestão pública, designa todas as ações de comunicação institucional de interesse maior da população, envolvendo da prestação de contas as ações multidisciplinares da Prefeitura Municipal através das diversas secretarias. Apesar de ter como público fundamental de suas ações a população, também é um importante alvo deste segmento seus servidores e colaboradores, diretos e indiretos. A publicidade institucional para o poder público municipal deve atingir em seu corpo estratégico a sociedade aqui subdividida em **três públicos estratégicos: o servidor público, o cidadão/contribuinte e o público externo (turistas, veranistas e potenciais investidores)**. 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.
14. A base da comunicação da atuação da Prefeitura, portanto, **visa cumprir não apenas a meta de dar publicidade a suas ações – princípio constitucional de qualquer ente público – mas também articular plano de comunicação capaz de dialogar com órgãos públicos e também setor privado, visando o conhecimento de planos, programas, projetos e respectivos atrativos do município**.

15. No entanto, a clareza deste objetivo para todos os públicos de interesse não pode ser evidenciada senão pela comunicação sistemática não apenas de seus resultados, mas de sua lógica institucional. **Fazer isto para todas as camadas da população faz parte não apenas da obrigação democrática, mas da transparência necessária ao acompanhamento dos resultados da Prefeitura de Teresópolis.** A Propaganda Pública contemporânea não deve ser, portanto, um mero instrumento de adesão, mas uma forma de **estimular a interação com o poder público, fomentando a ação participativa na busca do bem comum.**
16. Ao longo das últimas décadas Teresópolis atravessou **um longo período de instabilidade política, econômica e social.** A partir da tragédia natural de 2011, esse cenário se acentuou. Hoje, o município atravessa um processo de recuperação dos serviços públicos, revitalização de espaços públicos e também de crescimento econômico.

VI. PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

1. A busca pelo **bem-estar e a felicidade** de sua população, é o objetivo central de qualquer gestão. A administração municipal sempre está envolvida por muitos fatores de ordem econômica, política, cultural, social e ambiental, que por sua vez estão entrelaçados com os seus serviços. O desafio da Prefeitura de Teresópolis está no **equilíbrio entre o atendimento das necessidades básicas e apresentação de perspectivas de futuro**, sendo capaz de adequar o desenvolvimento econômico à demanda social, reprimida e acumulada por décadas.
2. Destacamos que hoje, esses cidadãos estão mais engajados do que nunca, eles reivindicam clareza em cada atividade ou ato público e cobram de seus gestores por isso. Assim, para a gestão municipal que busca apoio popular e promoção do município, é imprescindível **permitir que a sociedade se engaje ativamente na fiscalização dando a ela facilidade na obtenção de informações.** Contudo, tendo como **premissa a transparência na gestão e o controle social** da ação do poder público, **o maior problema da Prefeitura é informar aos cidadãos e demais públicos de interesse o trabalho que vem**

sendo realizado de forma clara para todas as esferas da sociedade de Teresópolis. Para resolver este problema é indispensável que as candidatas desenvolvam uma campanha institucional eficaz com **forte apelo emocional.**

VII. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

- 1. O desafio que se coloca para as agências participantes desta concorrência é o desenvolvimento de uma campanha institucional que apresente o novo momento que Teresópolis começa a viver, estimulando assim o sentimento de pertencimento e o resgate da autoestima e o orgulho população, além de contribuir para atenção aos olhares de potenciais visitantes e investidores.** Neste sentido, uma estratégia de comunicação institucional precisa, necessariamente, **ter um caráter permanente, sendo concebida como parte de uma estratégia de longo prazo.**
- 2. A construção da imagem e do posicionamento de uma Teresópolis resiliente e potente, que se reinventa em ritmo acelerado mesmo em tempos de crise e pandemia.**
- 3. A campanha deverá ser precedida de peça(s) de sensibilização capaz(es) de apresentar um novo marco para a comunicação e a transparência da Prefeitura** com foco no engajamento e mobilização social da população no processo de transformação que o município atravessa.
- 4. Como sabemos a administração pública municipal precisa se adequar e aproveitar as novas possibilidades proporcionadas pelos avanços das tecnologias da informação e comunicação, para que a gestão municipal disponha de informações gerenciais e estratégicas adequadas, precisas e em tempo ágil, informações oportunas e personalizada para melhor atender as demandas do município.**
- 5. A campanha deste exercício será veiculada no período do ano em curso a ser definido pelas concorrentes – 60 dias inicialmente - podendo ser ajustado de acordo com as necessidades de veiculação da Prefeitura de Teresópolis e a leitura dos objetivos de comunicação feita pelas candidatas, desde que o prazo máximo respeitado seja o acima colocado. Para este exercício, os candidatos**

devem definir de forma contínua o período de veiculação dos seus até 60 dias de plano para fins avaliativos, defendendo, de modo detalhado, as vantagens das estratégias propostas alocadas em tempo e recursos.

6. A base desta comunicação deve ser um posicionamento central e nos benefícios oferecidos em prol dos cidadãos, elemento importante nesta campanha. Portanto, mostrar o cidadão como protagonista é fundamental na análise das propostas
7. É indispensável que ao defender seu posicionamento, as licitantes demonstrem sua compreensão do problema de comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal e de sua síntese corporificada em slogan para toda a campanha. Ao desenvolver a campanha fruto desta base estratégica, caberá a cada concorrente demonstrar a capacidade de desdobramento e aplicabilidade do formato proposto às diversas necessidades da Prefeitura de Teresópolis, tomando como fundamento criativo as informações disponibilizadas neste briefing.
8. Destacamos que a proposição deve ter, portanto: peças iniciais de sensibilização nas diversas esferas de atuação da Prefeitura, atreladas ao seu principal papel como administradora municipal. Isso deve ser sucedido de mensagens que reforcem o caráter ético e responsável, visando promover o desenvolvimento da sociedade, respeitando as relações com os cidadãos. Deste modo, as concorrentes devem apresentar aos públicos potenciais o conceito da comunicação em um novo paradigma sintético (slogan / partido temático) – claramente justificado - e baseado nesta proposição criativa inicial, sendo continuidade desta atividade de divulgação inicial a conclusão da campanha.

VIII. TEMA DE CAMPANHA

Para o tema geral da campanha sumulada foi definido: **“Teresópolis - a cidade bela, de todos nós, está de volta - Terê Tão Bela”**. Este tema não se caracteriza como slogan ou chamada, mas como paradigma de origem que deve ser traduzido, interpretado e formatado pelas concorrentes na construção de suas estratégias de trabalho comunicacionais.

IX. DIRETRIZES GERAIS

Como diretrizes construtivas gerais da campanha, a proposta criativa não pode limitar-se aos tradicionais formatos que se baseiam em construir um panorama informativo para a Prefeitura de Teresópolis.

Num momento onde a população está refratária a ação política, em particular pelas sucessivas notícias negativas em diversos esferas e poderes, é preciso conquistar a confiança e a identidade da população para participar de forma ativa da vida dos Teresopolitanos mostrando que a ação da gestão municipal é reflexo do desejo dos de todos (escuta). As ações realizadas (presença) devem se mostrar não como uma hipérbole do real, mas ação vivida e real de um trabalho político sério. É importante destacar que o compromisso de agir integradamente (construção) com todos os cidadãos se faz fundamental, mostrando que mais que falar, o executivo municipal se propõe a dizer e fazer de forma sinérgica com a população.

Partindo deste pressuposto, alguns elementos serão fundamentais nas propostas existentes no exercício simulado para se avaliar o alcance da excelência estratégica, criativa e de exposição das mensagens por parte das empresas concorrentes

Continuidade: Buscando aumentar a eficiência dos investimentos de longo prazo, a campanha deve sedimentar a ideia de entregas com impacto na população e escuta, sendo mais próximos da sua população e lançar as bases para uma nova etapa da comunicação regular do município.

Abrangência de Público: Os públicos a serem atingidos serão os mais amplos possíveis, abrangendo todos os estratos sociais e todos os perfis de formação e escolaridade. Isso exige não apenas uma linguagem abrangente, mas a capacidade de adaptação e desenvolvimento de formatos capazes de dialogar com recortes de público específicos, se necessário.

Abrangência Geográfica: Ante a necessidade de impactar todos os cidadãos, formadores de opinião, contribuintes e usuários dos serviços prestados pelo Prefeitura de Teresópolis, apesar da exposição de campanha ser, obviamente, concentrada nas regiões mais populosas, deve chegar de forma capilar a todos os munícipes, já que o executivo deve agir para todos os cidadãos Teresópolis. É fundamental entender a

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

diversidade das necessidades midiáticas dessas diversas regiões e traduzir essa particularidade não apenas em pontos de contato, mas em linguagem.

Mix de mídia: Todos os veículos de longo alcance (eletrônicos de massa e impressos) podem ser contemplados na estratégia de mídia, inclusive os digitais e os recursos próprios, bem como novos formatos de mídia baseados em aproximação e apropriação do espaço urbano.

Identidade: As estratégias de comunicação para a etapa institucional e de informação das ações do executivo devem levar em conta a necessidade de identidade em todas as regiões e considerando as particularidades dos diversos públicos, colaboradores e comunidades.

Unidade de linguagem e de conteúdo: A eficácia da comunicação depende de que o público identifique com facilidade a comunicação da Prefeitura de Teresópolis, e que as diversas peças concebidas contenham suficientes elementos formais que lhes confirmem unidade, tais como elementos de linguagem, assinaturas, trilhas sonoras, design, entre outros, sem esquecer das necessárias adaptações aos suportes midiáticos.

Adequação das mensagens: As peças devem levar em conta a necessidade da sociedade de ser informada de modo claro, pertinente e sóbrio sobre as ações regulares do executivo municipal, considerando sempre em seus princípios a reversão destes recursos em serviços públicos.

Impacto Persuasivo: As mensagens devem ser concebidas de modo a atrair a atenção e cativar pelo que apresentarem de criativo, inusitado, atraente, aprazível e persuasivo.

A questão aqui proposta não é simplesmente criar um conjunto de peças isoladas que atendam a estes princípios, mas conceber uma estratégia sólida e única que traduza estes valores e seja consistente como linguagem para todas as campanhas que a sucederem no trato da apresentação institucional da Prefeitura das suas atividades. Deste conceito deve ser possível criar desdobramentos e manter uma linha única, evitando qualquer tipo de dispersão de recursos em conceitos pulverizados.

Faz parte do desafio apresentar campanha simulada que inclua desde a criação até o planejamento de mídia para um bimestre de trabalho dentro do prazo proposto para a campanha, sendo que deve ser escolhido quais serão estes 60 dias contínuos, dentro do melhor critério técnico possível e da boa governança dos recursos disponíveis.

Por ser um exercício simulado, todos os custos devem ser pensados como nos vigentes à época da entrega das propostas, mesmo a campanha tendo previsão de execução apenas em período subsequente e com a existência de possíveis alterações na tabela, uma vez que os custos de tabela em si são comuns e não são alvo de avaliação do exercício.

X. RECURSOS

Para realizar essa campanha simulada, com duração de 90 dias, deve-se utilizar de uma verba de **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)** para divulgação em Teresópolis. Tal valor inclui todos os custos de veiculação, mídia, produção e/ou no media que venham a ser propostos. Os valores usados na distribuição de mídia neste exercício simulado, para todos os veículos de comunicação, serão os de suas respectivas tabelas de preço, sem percentuais de desconto. Para os valores de honorários e comissão de veiculação, a licitante aplicará os limites máximos de remuneração previstos nas regras do Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP). Para os custos internos, deve-se utilizar a tabela cheia do SINAPRO/RJ – Sindicato das Agências de Publicidade do Estado do Rio de Janeiro. E para os custos de produção (serviços técnicos de terceiros), devem ser utilizados os preços praticados pelo mercado.

XI. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As licitantes deverão agir de forma criativa não apenas na produção das peças, mas também no desenvolvimento de estratégias que, no aspecto dos investimentos, ofereçam a melhor relação custo benefício ao erário, incluindo o uso de meios já disponíveis para a Prefeitura. A ideia é impactar o maior número de pessoas com o menor custo, a partir de decisões no uso das mídias nas quais o fator técnico e o uso de métricas atualizadas prevaleçam sobre o senso comum e o uso intuitivo dos meios. Para isso, há de se conhecer em profundidade elementos psicográficos dos públicos

a serem atingidos pela campanha, sem negligenciar a tradicional e necessária segmentação demográfica.

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

ANEXO II

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, que entre si celebram a Prefeitura Municipal de Teresópolis, através da SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO E COORDENAÇÃO e de outro lado, A EMPRESA....., NA FORMA ABAIXO ADUZIDA.

Por este instrumento de Contrato, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF Nº XXXX, com sede na XXXX- Várzea - Prefeitura Municipal de Teresópolis – RJ CEP: XXX, por intermédio da Secretaria Municipal de Governo e Coordenação, inscrita no CNPJ/MF Nº XXXXX, situada no mesmo endereço acima, neste ato representada por seu Secretário, Sr....., portador do CPF/MF nº, residente e domiciliado em Teresópolis/RJ, neste ato denominada simplesmente CONTRATANTE, e do outro lado, a empresa, sediada à....., inscrita no CNPJ/MF n.º, Inscrição Estadual n.º, neste ato representado por seu Diretor e/ou Procurador, Sr., RG n.º, CPF n.º, doravante denominada simplesmente CONTRATADA, tem entre si justo e acordado, celebrar o presente CONTRATO de Prestação de Serviços, mediante as seguintes Cláusulas e condições, que mutuamente outorgam e estabelecem, tudo de acordo com o processo licitatório nº 14.541/2021, realizado na modalidade CONCORRÊNCIA Nº 005/2021, devidamente homologado pelo Secretário Municipal de Governo e Coordenação, com publicação no D.O.E., na Edição do dia ___/___/20XX.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO:

1.1. Constitui objeto da presente concorrência, a contratação, de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Administração Direta da Prefeitura Municipal de Teresópolis, de acordo com o Briefing (ANEXO I) da Concorrência Pública nº 005/2021, da Prefeitura Municipal de Teresópolis.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS:

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 do contrato;

B. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, inclusive de comunicação digital;

C. à produção e à execução técnica das peças e ou material criado pela agência contratada.

Parágrafo primeiro: As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do parágrafo anterior terão a finalidade específica de:

A. gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Teresópolis o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

B. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

Parágrafo segundo: É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas da A desta cláusula segunda, matéria estranha ou que não guarde pertinência

temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

Parágrafo terceiro: Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da Prefeitura Municipal de Teresópolis, e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet.

Parágrafo quarto: Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no parágrafo 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.

Parágrafo quinto: Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional, de utilidade pública e de produtos e serviços sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Prefeitura Municipal de Teresópolis.

Parágrafo sexto: A agência atuará de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal de Teresópolis.

Parágrafo sétimo: O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será de propriedade da Prefeitura Municipal de Teresópolis, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a contratada sujeita a penalidades aplicáveis.

3. CLÁUSULA TERCEIRA - DA MODALIDADE/FORMA DE FORNECIMENTO/REGIME DE EXECUÇÃO

3.1. A presente contratação é celebrada na forma de execução indireta, em regime de empreitada a preço unitário.

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

4. CLÁUSULA QUARTA - DO PREÇO / CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

- 4.1. O valor total estimado da contratação é de R\$ xxxxxx (xxxxxxx), ficando claro que somente serão executados e pagos aqueles serviços prévia e expressamente autorizados.
- 4.2. O pagamento será efetuado pela CONTRATANTE, através de depósito bancário, em conta corrente da CONTRATADA e, se houver, de sua respectiva SUBCONTRATADA, em até 30 (trinta) dias após abertura do processo de pagamento junto ao Protocolo Geral do Município, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês, mediante a apresentação da Nota Fiscal, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela CONTRATANTE.

Parágrafo primeiro: O pagamento a CONTRATADA corresponderá, apenas, ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos, referentes à criação e finalização de peças publicitárias; honorários, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros (subcontratados) e desconto padrão de agência, calculado sobre o valor bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido pelos veículos de mídia ao anunciante/contratante, a título de remunerar a agência de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;

Parágrafo segundo: O pagamento a(s) SUBCONTRATADA(s), corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) fornecidos e, no caso de mídia, veiculados;

Parágrafo terceiro: Devem ainda ser observadas por parte da CONTRATANTE as seguintes recomendações, no que se refere ao pagamento da CONTRATADA e, no que couber, de sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S):

- I. Caso a Nota Fiscal seja apresentada após o prazo constante desta cláusula, esta será paga em até 30 (trinta) dias a contar do protocolo do processo de pagamento;
- II. Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que prejudique o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento tanto à CONTRATADA como a(s) sua(s) respectiva(s) subcontratada(s), passar a ser contado da data de apresentação, pela CONTRATADA, da nova fatura, nos termos do subitem anterior;
- III. A devolução da Nota Fiscal não aprovada pela CONTRATANTE por conter incorreções não poderá servir de justificativa para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços;
- IV. As Notas Fiscais deverão ser protocoladas no Protocolo Geral do Município da Prefeitura Municipal de Teresópolis, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados, devidamente acompanhadas de cópia de comprovantes de quitação das obrigações patronais referentes ao mês anterior da prestação dos serviços faturados, nos termos do Decreto estadual Nº. 25.304, de 17 de março de 2003. No caso de aprovação das faturas, após análise técnica realizada pelo gestor do contrato, estas serão atestadas e enviadas a o setor financeiro da CONTRATANTE, para análise fiscal e posterior pagamento;
- V. Serão descontados, mensalmente, das notas fiscais os valores decorrentes de indenizações ou de multas eventualmente registradas;
- VI. A CONTRATANTE poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal, no todo ou em parte, caso seja constatado que a CONTRATADA não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- VII. Os períodos de atraso por culpa da CONTRATADA e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da

CONTRATADA, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;

- VIII. O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA e, no que couber, de suas respectivas subcontratadas, devendo estas apresentarem, antes de cada pagamento, certidão negativa de débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, sob pena de suspensão de pagamento;
- IX. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:
- i. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;
 - ii. Honorários (em percentual) de _____% (de acordo com a proposta do licitante vencedor), de acordo com o constante da proposta de preços da CONTRATADA, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;
 - iii. A CONTRATADA emitirá fatura contra a CONTRATANTE, referente ao desconto padrão de agência, calculado sobre o valor bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido pelos veículos de mídia (subcontratada) ao anunciante/contratante, a título de remunerar a agência de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;
- X. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a

- esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;
- XI. Sobre o valor das notas fiscais de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados;
- XII. A CONTRATADA reverterá à CONTRATANTE parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, calculado sobre o valor de cada veiculação, caso o valor da verba atinja os parâmetros apresentados no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia;
- XIII. Na execução do contrato, a CONTRATANTE deverá negociar com a CONTRATADA, a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas à Prefeitura de Teresópolis, sendo obrigatória a comprovação documental, de que referida negociação foi realizada;
- XIV. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os tributos que forem adicionados aos preços desses serviços;
- XV. o) Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 30% (trinta por cento);
- XVI. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores desses direitos será de no máximo 30% (trinta por cento).
- XVII. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa

de atualização financeira devida pela CONTRATANTE, entre a data acima é o IPCA (IBGE).

XVIII. A Atualização financeira prevista nesta condição será incluída na Nota Fiscal do mês seguinte ao da ocorrência.

5. CLÁUSULA QUINTA - DO PRAZO:

5.1. O contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contado da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do art. 57, II, da Lei Federal nº 8.666/93.

Parágrafo único: Utilizar-se-á como base para reajuste do valor estimado do contrato, exclusivamente, a Tabela setorial do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro – SINAPRO/ RJ, reajustada anualmente, após devida manifestação técnica da Prefeitura Municipal de Teresópolis.

6. CLÁUSULA SEXTA - DAS CONDIÇÕES DE ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO:

6.1. Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis, no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.

Parágrafo primeiro: Todo serviço a ser prestado pela CONTRATADA deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo definido pela Secretaria, onde constarão às especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado, o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil.

Parágrafo segundo: Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores.

Parágrafo terceiro: Os serviços serão executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da A Prefeitura Municipal de Teresópolis, ficando a CONTRATADA responsáveis pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza dela decorrentes.

Parágrafo quarto: Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

Parágrafo quinto: O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto neste parágrafo exigirá sempre a apresentação, pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

- A. No caso deste parágrafo, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a xxx (vide edital) do valor global do contrato.
- B. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto neste inciso.

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

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

Parágrafo oitavo: A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

Parágrafo nono: Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, inclusive fotos, ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para a Prefeitura Municipal de Teresópolis, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - DOS DIREITOS AUTORAIS:

7.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

Parágrafo primeiro: A cessão de que trata esta cláusula será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência deste Contrato.

Parágrafo segundo: A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.

Parágrafo terceiro: A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos integrantes da estrutura direta e indireta da Prefeitura Municipal de Teresópolis sem qualquer ônus para o órgão licitante.

Parágrafo quarto: Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio da agência de propaganda com que mantenham contrato, quando

couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

Parágrafo quinto: Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

Parágrafo sexto: A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos parágrafos seguintes.

Parágrafo sétimo: Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

Parágrafo oitavo: Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

8. CLÁUSULA OITAVA - DO RECEBIMENTO DO OBJETO:

- 8.1.** Executado este instrumento pela CONTRATADA, seu objeto será recebido pela CONTRATANTE em caráter provisório ou definitivo, observadas as disposições dos artigos 73 e 74 da Lei nº 8.666/93 e dar-se-á da seguinte forma:

- A. Provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, em até xxxx dias consecutivos da comunicação escrita da CONTRATADA;
- B. Definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, após o decurso do prazo de observação ou de vistoria, que comprove a adequação do objeto aos termos contratuais, prazo esse não superior a xxxxx.

Parágrafo único: O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade civil pela perfeita execução dos serviços dentro dos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS:

9.1. Os recursos orçamentários para a realização dos serviços objeto desta licitação são oriundos da seguintes Dotações Orçamentárias:

Unidade Gestora: 001 - Secretaria Municipal de Governo e Coordenação

Programa: 0100 - Publicidade

Fonte: 100

Ação: 3.079 - Publicidade Institucional

Natureza da despesa: 3.3.90.39

Ação: 3.080 - Publicidade Utilidade Pública

Natureza da despesa: 3.3.90.39

Parágrafo único: No(s) exercício(s) seguinte(s), as despesas correrão à conta dos recursos próprios para atender às despesas da mesma natureza, cuja alocação será feita mediante apostilamento no início de cada exercício financeiro, sob pena de rescisão antecipada do contrato.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES:

- 10.1. O regime jurídico deste Contrato confere à CONTRATANTE as prerrogativas relacionadas no Art. 58 da Lei nº. 8.666, de 21 de junho de 1993.
- 10.2. Constitui obrigação da CONTRATANTE, além da constante do art. 66 da Lei nº. 8.666/93, a comunicação, através do Serviço de Contabilidade, aos órgãos incumbidos de arrecadação e fiscalização dos tributos municipais, das características e dos valores pagos referentes à liquidação da despesa deste Contrato.
- 10.3. São conferidos à CONTRATADA os direitos relacionados no art. 59, § 2º do art. 79 e art. 109 da Lei nº. 8.666/93.
- 10.4. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das constantes dos artigos 55 inciso XIII, 66, 68, 69, 70 e 71 da Lei nº 8.666/93:
- A. Prestar, prontamente, assistência à Prefeitura Municipal de Teresópolis, sempre que solicitada, de acordo com o objeto definido neste Contrato;
 - B. Submeter à apreciação e aprovação da Prefeitura Municipal de Teresópolis qualquer serviço que venha a ser executado;
 - C. Garantir que os técnicos especializados e que figuraram na relação de sua equipe técnica, na licitação, sejam os que realizarão, pessoalmente e diretamente, os serviços licitados, admitindo-se a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela Secretaria;
 - D. Cumprir rigorosamente as normas contratuais, arcando com todos os custos e despesas relativos à prestação dos serviços;
 - E. Prestar os serviços objeto do presente contrato no Estado do Rio de Janeiro, buscando assim maior celeridade para o atendimento a Prefeitura Municipal de Teresópolis;
 - F. Prestar os serviços objeto do presente Contrato no Estado do Rio de Janeiro e poderá também em outros Estados da Federação e no exterior, quando necessário e de acordo com a política adotada pelo Município;
 - G. Arcar com todos os encargos civis, tributários, previdenciários e trabalhistas que venham a decorrer da prestação dos serviços, inclusive quanto à criação de novos encargos;

- H. Fornecer à CONTRATANTE, após a respectiva aprovação pela Prefeitura Municipal de Teresópolis, e conforme a peça produzida, o seguinte material para arquivo: Filme, Cine VT e VT, 2 (duas) fitas em DVD), jingles, spots e trilhas (CD com cópia), peças gráficas (duas provas) CD ROM (dois CDs com cópia), todas as fotos digitalizadas e, sempre que solicitado, DVD para arquivo geral, além de fornecer todo o material bruto e original produzido em decorrência deste contrato.
- I. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar manter sede, escritório ou sucursal no Estado do Rio de Janeiro.
- J. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possui no Estado do Rio de Janeiro estrutura de atendimento compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:
- i. 02 (dois) na área de atendimento, sendo 01 (um) exclusivo para atendimento à Prefeitura Municipal de Teresópolis;
 - ii. 01 (um) na área de planejamento e estudo – excluindo profissionais que trabalham em atendimento;
 - iii. 02 (dois) na área de criação;
 - iv. 02 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
 - v. 01 (um) na área de mídia;
 - vi. 02 (dois) na área de comunicação digital.

Parágrafo primeiro: A inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos estabelecidos no contrato, não transfere a Prefeitura Municipal de Teresópolis responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto deste Contrato.

Parágrafo segundo: A CONTRATADA será a única responsável de pleno direito, por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados, quando na realização de serviços para Prefeitura Municipal de Teresópolis devendo adotar as

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor sobre acidentes e segurança do trabalho.

Parágrafo terceiro: A CONTRATADA é responsável pelos danos causados diretamente à Prefeitura Municipal de Teresópolis ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo a responsabilidade, a fiscalização, ou o acompanhamento pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.

Parágrafo quarto: A CONTRATADA reconhece o direito da CONTRATANTE paralisar a qualquer tempo ou suspender a execução dos serviços, mediante o pagamento único e exclusivo dos trabalhos já executados, qualquer indenização pelos materiais que não estiverem aplicados dentro das especificações prévias, bem como sem qualquer ônus, encargos ou indenizações.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

11.1. A(s) CONTRATADA(S) prestará(ão), por ocasião da assinatura deste Contrato, em favor da CONTRATANTE, garantia fixada em R\$ xxxxxx (xxxxxxx), podendo optar por uma das modalidades previstos no art. 56, § 1º da Lei 8.666/93.

Parágrafo primeiro: Cumprido fielmente o Contrato, a garantia prestada será restituída à CONTRATADA, descontados eventuais débitos que esta vier a ter com a CONTRATANTE;

Parágrafo segundo: A garantia somente será liberada após a comprovação do pagamento de todos os encargos trabalhistas e previdenciários, por parte da CONTRATADA, de cada um de seus empregados, referente ao mês anterior.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA FISCALIZAÇÃO/ADMINISTRAÇÃO DO CONTRATO

12.1. A fiscalização técnica dos serviços será levada a efeito pela CONTRATANTE, através do gestor contratual, com poderes para auditar o contrato e sua execução, nomeados por Portaria, entre os servidores da CONTRATANTE, sem reduzir nem excluir a responsabilidade da CONTRATADA e, no que couber, da CONTRATANTE.

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

Parágrafo primeiro: O acompanhamento da execução dos serviços e a sua fiscalização serão exercidos no interesse exclusivo do Prefeitura Municipal de Teresópolis não excluindo ou reduzindo a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, sendo que na sua ocorrência, não deverá implicar corresponsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos, salvo seja caracterizada a ação funcional por parte destes;

Parágrafo segundo: Compete especificamente à Fiscalização:

- A. Exigir da CONTRATADA o cumprimento integral do estabelecido no Termo de Referência Briefings (Anexo I) do Edital, que integram este instrumento;
- B. Esclarecer prontamente as dúvidas que lhes sejam apresentadas pela CONTRATADA;
- C. Expedir por escrito, as determinações e comunicações dirigidas à CONTRATADA;
- D. Advertir a CONTRATADA sobre eventuais faltas na execução dos serviços.

Parágrafo terceiro: O Gestor deste Contrato na área de atuação será o servidor (a) _____,

Matrícula Nº _____ e no seu impedimento, o servidor (a) (a) _____, Matrícula Nº _____, conforme Portaria nº _____, de _____, publicada no Diário Oficial de _____.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS ALTERAÇÕES:

13.1. As alterações necessárias ao fiel cumprimento do objeto deste Contrato serão efetivadas na forma e condições do art. 65 da Lei nº. 8.666/93, formalizadas previamente por termo aditivo, que passará a integrar este Contrato.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS SANÇÕES:

14.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas previstas no edital de licitação.

- I. advertência;
- II. Multa de mora e multa por inexecução contratual, na forma do edital;
- III. Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;
- IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

14.2. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

- A) descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;
- B) outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo do CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

Parágrafo primeiro: No ato de advertência, o CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas na alínea “a” e para a correção das ocorrências de que trata a alínea “b”, ambos do parágrafo anterior.

14.3. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados e sujeitará a CONTRATADA à multa de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

14.4. A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

- I. De 10% (dez por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrido a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;
- II. De 10% (dez por cento), calculado sobre o valor contratual, por lote, previsto na Cláusula Primeira deste contrato pela:
 - a. recusa injustificada em apresentar a garantia prevista na Cláusula Décima Quarta deste contrato;

- b. inexecução total deste contrato;
- c. pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização do CONTRATANTE.

Parágrafo primeiro: A aplicação de multa não impede a CONTRATANTE de rescindir o contrato e de impor simultaneamente à CONTRATADA as penas de advertência, suspensão temporária ou declaração de inidoneidade.

Parágrafo segundo: O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

Parágrafo terceiro: O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo CONTRATANTE.

14.5. A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

- I. Por até 12 (doze) meses, quando houver:
 - a. atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para o CONTRATANTE;
 - b. execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos parágrafos primeiro a quarto da presente cláusula deste contrato.
- II. por até 2 (dois) anos:
 - a. não conclusão dos serviços contratados;
 - b. prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviços, depois da solicitação de correção efetuada pelo CONTRATANTE;
 - c. cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo ao CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

- d. condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
 - e. apresentação, ao CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
 - f. demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
 - g. ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura deste contrato.
 - h. reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso do CONTRATANTE.
- 14.6. A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo ao CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções, e ainda quando a CONTRATADA:
- a) sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos,
 - b) praticada por meios dolosos;
 - c) demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
 - d) reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer
 - e) informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste
 - f) contrato, sem consentimento prévio do CONTRATANTE.

Parágrafo único: A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

14.7. Na aplicação das penalidades previstas neste contrato, será observado ainda:

Parágrafo primeiro: Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com o CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

Parágrafo segundo: O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informados, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 30 (trinta) dias úteis, contado do recebimento do recurso.

Parágrafo terceiro: A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados ao CONTRATANTE.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA RESCISÃO:

15.1. A inexecução total ou parcial deste Contrato dará ensejo à sua rescisão, assegurada à prévia defesa e observadas as disposições da Lei nº 8.666/93, notadamente, nos artigos 77 a 80, sem prejuízo das penalidades determinadas neste instrumento.

Parágrafo único: Na hipótese de rescisão contratual nas formas previstas nos incisos I a XI, art.78, da Lei Federal nº 8.666/93, terá a CONTRATADA direito, exclusivamente, ao pagamento dos serviços corretamente executados, perdendo

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

ainda em favor da Prefeitura Municipal de Teresópolis, o valor das garantias contratuais, a título de pena convencional.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS DOCUMENTOS:

16.1. Fazem parte integrante deste Contrato, independente de transcrição cópias dos seguintes documentos: Briefing e Proposta de Preço da contratada, devidamente rubricados pelas partes.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO FORO:

17.1. Fica, desde já, declarado pelas partes, com base no § 2º do art. 55 da Lei nº. 8.666/93, o Foro da Comarca da Prefeitura Municipal de Teresópolis, para dirimir as dúvidas ou questões suscitadas na execução deste Contrato.

E, por estarem de pleno acordo, firmam as partes o presente instrumento em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para único efeito de direito, na presença de 02 (duas) testemunhas que a tudo assistiram e subscrevem, constando a assinatura da Prefeitura Municipal de Teresópolis apenas na última página, sendo as demais assinadas e rubricadas pelos presentes a este ato e ainda registrado em livro próprio da Prefeitura Municipal de Teresópolis, conforme dispõe o artigo 60 da Lei nº. 8.666/93.

Prefeitura Municipal de Teresópolis, _____ de _____ de _____.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. _____ 2. _____

CPF/MF nº. CPF/MF nº.

ANEXO III

PROPOSTA DE PREÇOS

À

Prefeitura Municipal de Teresópolis

Comissão Permanente de Licitação

Referente à Concorrência Pública nº 005/2021

Apresentamos a Proposta de Preços e Valoração para a licitação em referência.

Objeto: Contratação, de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal de Teresópolis, de acordo com o Briefing **(ANEXO I)**, deste Edital.

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

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

1. Remuneração proposta:

Apresentamos a proposta de preços referente à licitação acima identificada, conforme discriminação abaixo:

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

- A) percentual de **desconto** a ser concedido à **Prefeitura Municipal de Teresópolis** sobre os **CUSTOS INTERNOS**, baseados na tabela de preços do SINAPRO/RJ - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro: _____% (por extenso); **(Percentual mínimo de 20%)**
- B) **honorários** (em percentual) a serem cobrados da **Prefeitura Municipal de Teresópolis**, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____% (por extenso). **(Percentual máximo de 12%)**

2. **Declaramos que reverteremos à Prefeitura Municipal de Teresópolis parte do DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizemos jus, calculado sobre o valor de cada veiculação, caso o valor da verba atinja os parâmetros apresentados no anexo “B” do CENP.**

3. Demais Declarações:

- A) Comprometendo-se 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 a **Prefeitura Municipal de Teresópolis** as vantagens obtidas;
- B) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem DIREITOS AUTORAIS do Termo de Referência.
- C) Que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- D) Comprometendo-se a repassar à **Prefeitura Municipal de Teresópolis** todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

- E) Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.
- F) Do compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.
- G) **Prazo de validade da proposta:** 60 (sessenta) dias contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação.

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

ANEXO IV

MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: Qualificação (nome/razão social, endereço etc.)

OUTORGADO: (Representante devidamente qualificado)

OBJETO: Representar a Outorgante na CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 005/2021, promovida pela **Prefeitura Municipal de Teresópolis** através da Comissão Permanente de Licitação.

PODERES: Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentação de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO RELATIVO AO TRABALHO DO MENOR
(Comprovação do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da CF/88)

À Prefeitura Municipal de Teresópolis
Comissão Permanente de Licitação
Referente à Concorrência Pública nº 005/2021

....., inscrito no CNPJ nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade no..... e do CPF no, **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei no 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz () .

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO CONJUNTA SOBRE PRAZO DE FORNECIMENTO, ART. 88 DA LEI ORGÂNICA MUNICIPAL E FUNCIONÁRIO INELEGÍVEL

Pelo presente instrumento, a empresa _____, portadora do CNPJ XX.XXX.XXX/XXXX-XX com sede na _____, através de seu representante legal infra-assinado, (NOME) _____, nacionalidade _____, estado civil _____, profissão _____, portador da cédula de Identidade nº XXXXXXXXXXXX, expedida pela XXXXX/XX, inscrito no C.P.F. sob o nº XXX.XXX.XXX-XX, residente e domiciliado a _____ outorgando-lhe plenos poderes para representá-la na sessão pública da Concorrência Pública nº 005/2021 do processo administrativo nº 17.541/2021, declara a quem possa interessar, sob as penas da lei:

- 1- Que, caso seja contratada, cumprirá os prazos previstos no Edital, sob as penas da Lei Federal nº 8.666/1993 (não será aceita a entrega parcial das ordens de compra e empenhos).
- 2- Para os fins do disposto no Art. 73-B, I e II da Lei Orgânica do Município de Teresópolis. que não possui no seu quadro de funcionários: dirigentes, vereadores, ocupantes de cargos comissionados e servidores municipais, bem como pessoas ligadas a qualquer deles por matrimônio ou parentesco, afim ou consanguíneo até o segundo grau ou por adoção ou que tenham sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anterior à data do ato convocatório
- 3- Para os fins do disposto no parágrafo único do art. 2º da Emenda à Lei Orgânica Municipal de Teresópolis, os trabalhadores que prestarão serviço ao Município não foram declarados inelegíveis em resultado de decisão transitada em julgado ou proferida por órgão colegiado relativa nas seguintes situações:
 - I. Representação contra sua pessoa julgada procedente pela Justiça Eleitoral em processo de abuso do poder econômico ou político;

II. Condenação por crimes contra a economia popular, a fé pública, a administração pública ou o patrimônio público.

Por ser a expressão da verdade, firmo a presente.

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

ANEXO VII

TABELA SINAPRO/RJ 2020

https://teresopolis.rj.gov.br/wp-content/uploads/2021/12/Tabela-SINAPRO-RJ_2019-compactado.pdf

AN8EXO VIII

ANÁLISE ECONÔMICO – FINANCEIRA

Pelo presente instrumento, a empresa _____, portadora do CNPJ XX.XXX.XXX/XXXX-XX com sede na _____, através de seu representante legal infra-assinado, (NOME) _____, nacionalidade _____, estado civil _____, profissão _____, portador da cédula de Identidade nº XXXXXXXXXXXX, expedida pela XXXXX/XX, inscrito no C.P.F. sob o nº XXX.XXX.XXX-XX, residente e domiciliado a _____ em estrito cumprimento ao previsto no processo administrativo nº. 17.541/2021 e processo licitatório CONCORRÊNCIA nº 005/2021 da licitação em epígrafe, na forma abaixo discriminada, apresenta a sua situação financeira a ser aferida por meio dos índices de liquidez corrente – LC, liquidez geral – LG e solvência geral – SG.

LC= Ativo Circulante

Passivo Circulante

LG= Ativo Circulante (+) Realizável a Longo Prazo

Passivo Circulante (+) Exigível a Longo Prazo

SG = Ativo Total

Passivo Circulante (+) Exigível a Longo Prazo

Os índices calculados, obrigatoriamente, acompanharão as demonstrações contábeis, sendo consideradas habilitadas as empresas que apresentarem os seguintes resultados:

Liquidez corrente índice maior ou igual a 1,00

Liquidez geral índice maior ou igual a 1,00

Solvência geral índice maior ou igual a 1,00

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

(nome completo e CRC do contador responsável)

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8

ANEXO IX

MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO

Pelo presente instrumento, a empresa _____, portadora do CNPJ XX.XXX.XXX/XXXX-XX com sede na _____, através de seu representante legal infra-assinado, (NOME) _____, nacionalidade _____, estado civil _____, profissão _____, portador da cédula de Identidade nº XXXXXXXXXXXX, expedida pela XXXXX/XX, inscrito no C.P.F. sob o nº XXX.XXX.XXX-XX, residente e domiciliado a _____ declara ao Município de Teresópolis que atende a todas as condições de habilitação nos processo administrativo nº. 17.541/2021 da CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 005/2021.

Por ser verdade, o signatário assume responsabilidade civil e criminal por eventual falsidade.

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

ANEXO X

MODELO DE DECLARAÇÃO DE TRABALHO FORÇADO OU DEGRADANTE

Pelo presente instrumento, a empresa _____, portadora do CNPJ XX.XXX.XXX/XXXX-XX com sede na _____, através de seu representante legal infra-assinado, (NOME) _____, nacionalidade _____, estado civil _____, profissão _____, portador da cédula de Identidade nº XXXXXXXXXXXX, expedida pela XXXXX/XX, inscrito no C.P.F. sob o nº XXX.XXX.XXX-XX, residente e domiciliado a _____ outorgando-lhe plenos poderes para representá-la na sessão pública da CONCORRÊNCIA nº 005/2021 do processo administrativo nº. 17.541/2021, declara a quem possa interessar, sob as penas da lei, que, para os fins do disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso II do art. 5º da Constituição Federal, de 05 de outubro de 1988, que não possui em minha cadeia produtiva empregados executando trabalho degradante ou forçado.

Por ser a expressão da verdade, firmo a presente.

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

ANEXO XI

MODELO REFERENCIAL DE DECLARAÇÃO DE EQUIPARAÇÃO NA SITUAÇÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS E INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES

Pelo presente instrumento, a empresa _____, portadora do CNPJ XX.XXX.XXX/XXXX-XX com sede na _____, através de seu representante legal infra-assinado, (NOME) _____, nacionalidade _____, estado civil _____, profissão _____, portador da cédula de Identidade nº XXXXXXXXXXXX, expedida pela XXXXX/XX, inscrito no C.P.F. sob o nº XXX.XXX.XXX-XX, residente e domiciliado a _____ outorgando-lhe plenos poderes para representá-la no processo administrativo nº. 17.541/2021 da CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 005/2021, DECLARA, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, que se enquadra na situação de Pequenos Negócios, nos termos da Lei Complementar Federal nº. 123/06, bem assim que inexistem fatos supervenientes que conduzam ao seu desenquadramento desta situação, estando enquadrado como:

- () MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, é modalidade de Microempresa, 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.
- () COOPERATIVA, equiparadas a Microempresa por força do art. 34 da Lei Federal nº 11.488, de 2007, até o limitado a receita bruta anual limite no inciso II do caput do art. 3 da Lei Complementar Federal nº 123, de 2016.

Declara ainda que a empresa está excluída das vedações constantes do §4º do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

(local e data)

(nome completo, C.P.F., cargo ou função e assinatura do representante legal)

Gilson Luiz Barbosa
Secretário Municipal de Governo e Coordenação
Mat.: 4.18583-8