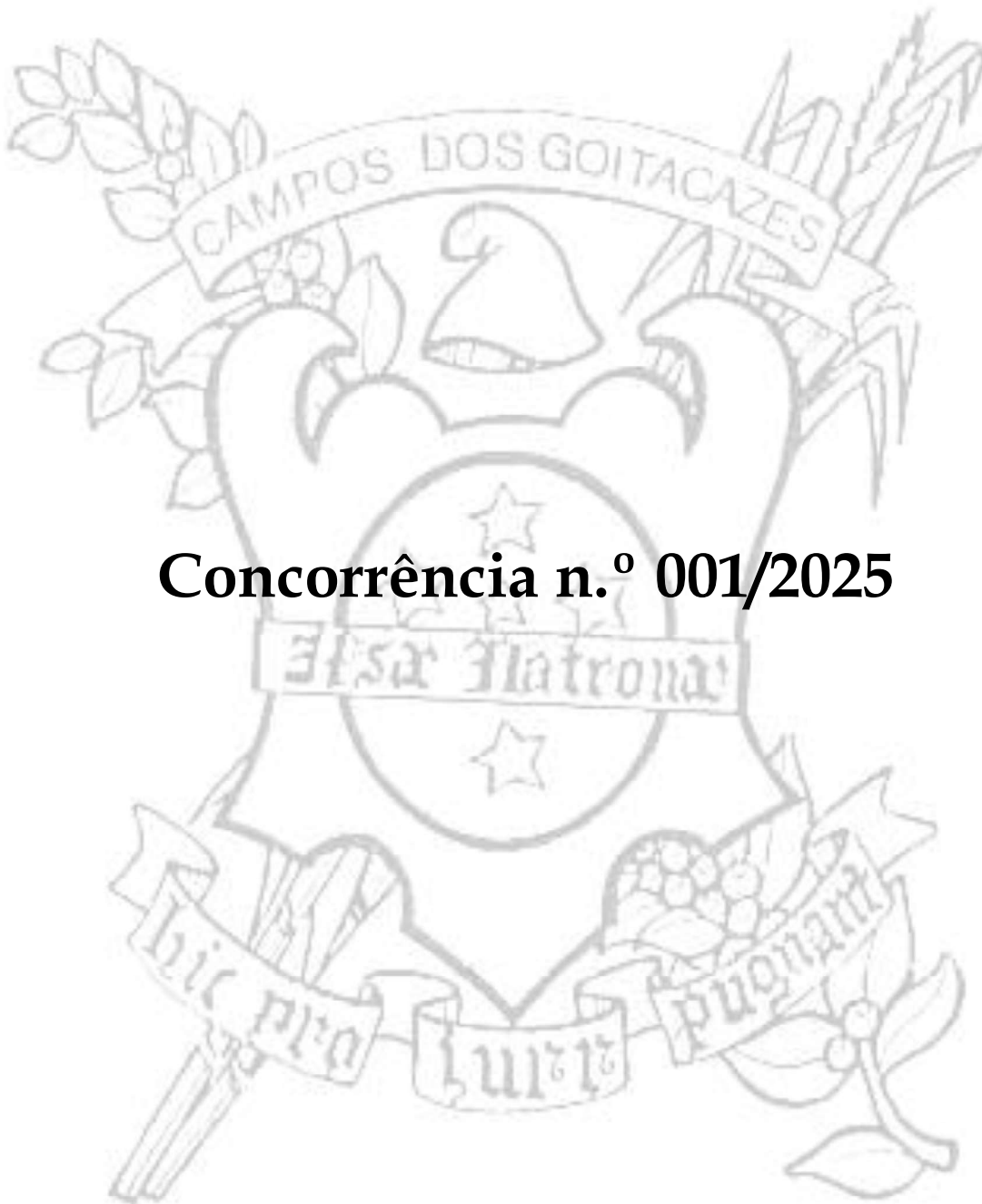




Concorrência n.º 001/2025

Processo n.º 2025.136.000004-P-PR

1. PREÂMBULO

1.1. Torna-se público para conhecimento dos interessados, que Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes, situada à Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, n.º 47 - Pq. Santo Amaro, Telefones n.º (22) 98175-2073 / 98175-0911, através SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, realizará licitação na modalidade Concorrência, **na forma presencial**, cujo Edital recebeu o n.º 001/2025, para a contratação do objeto abaixo descrito.

1.2. Nesta Licitação será adotado o critério de julgamento de “TÉCNICA E PREÇO”, execução INDIRETA, sob o REGIME DE EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, fundamentada na Lei n.º 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis n.º 4.680/1965 e n.º 14.133/2021, o Decreto n.º 57.690, de 1/2/1966, Decreto n.º 4.563, de 31 de dezembro de 2002, Decreto Municipal n.º 124/2023, pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas- Padrão) o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado na cidade do Rio de Janeiro em outubro de 1957, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, instituído pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR em 05 de maio de 1980 e as disposições deste edital e seus anexos.

1.3. DA CONCORRÊNCIA

1.3.1- Abertura da sessão da Concorrência: Dia 02/03/2026 às 10h (dez horas).

1.4. Caso as datas previstas para a realização das sessões da presente licitação sejam declaradas feriados, ponto facultativo ou por motivo de força maior não puderem ser realizadas, e não havendo retificação de convocação, as sessões ocorrerão no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e horário previstos na convocação do Edital.

2. DO OBJETO

2.1. Trata-se da **contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de 02 (duas) agências de propaganda**, sob demanda, conceituados no art. 2º da Lei n.º 12.232/2010 como o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES aos veículos e demais meios de divulgação.

2.2. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

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

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

2.3. As pesquisas e avaliações, descritas no inciso I, possuem a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato.

2.4. Os serviços aderentes às novas tecnologias, descritos no inciso III, abrangem os formatos de divulgação publicitária não tradicionais, concebidos tanto por plataformas on-line como off-line, que visam potencializar os efeitos das mensagens e somente poderão ser executados, no âmbito da contratação, quando estiverem diretamente relacionados à natureza do objeto do contrato.

2.5. Os serviços previstos não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação e marketing, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.5.2. São também considerados como ação de publicidade os projetos de:

2.5.2.1. Veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação, com entrega em espaços publicitários:

2.5.2.2. Transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

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

2.7. Para a prestação dos serviços serão contratadas **02 (duas) agências de propaganda, doravante denominada agências ou contratadas.**

2.8. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do Art. 4º, §1º e §2º, da Lei nº 12.232/2010.

2.9. As agências atuarão por ordem e conta da Secretaria Municipal de Comunicação Social, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.10. As agências não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução dos serviços previstos no presente Edital.

2.11. As agências atuarão de acordo com as solicitações da Secretaria Municipal de Comunicação Social.

2.12. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do Item 2.2 deste Edital.

2.12.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no Item 2.2 deste Edital exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

2.12.2. No caso do Item 2.12.1 deste Edital, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

2.13. A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3. DO VALOR E DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. Considerando a natureza do objeto, o valor estimado desta licitação é de **R\$ 10.058.208,24 (dez milhões, cinquenta e oito mil, duzentos e oito reais e vinte e quatro centavos)**, conforme item 6 do Termo de Referência - Anexo I:

3.1.1. A despesa correrá pelo código relativo ao Programa de Trabalho n.º 04.122.0095.1161, pela Natureza de Despesa n.º 339039 e Fontes de Recurso n.º 133.

4. DOS PRAZOS

4.1. O prazo de validade das propostas será de 60 (sessenta) dias corridos a contar da data de entrega das mesmas.

4.2. O prazo de execução será de 12 (doze) meses contados a partir da assinatura do contrato.

4.2.1. O contrato poderá ter a sua duração prorrogada por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 120 (cento e vinte) meses, de acordo com o que preceitua o art. 107 da Lei 14133/2021.

4.3. Uma vez adjudicado o objeto da licitação, as licitantes vencedoras receberão a notificação contendo o local para assinatura do Contrato.

4.4. Na hipótese da Secretaria não assinar o Contrato com a empresa vencedora ou com outra, na ordem de classificação, no prazo de 60 (sessenta) dias da data de entrega das propostas, as Licitantes ficarão liberados de quaisquer compromissos assumidos.

4.5. Os motivos de força maior que possam vir a justificar a suspensão da contagem do prazo estabelecido no Edital, somente serão considerados quando apresentados, por escrito, nas devidas épocas das ocorrências imprevistas.

4.6. Não será levado em consideração qualquer pedido de suspensão da contagem do prazo, quando baseado em fatos não comunicados à Secretaria e/ou por esta não aceitos, nas épocas das respectivas ocorrências.

4.7. No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no Art. 125 da Lei 1.4133/2021

4.8. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

4.10. O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de aditivo.

5. CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

5.1. Poderão participar desta Concorrência Presencial quaisquer empresas que estejam legalmente estabelecidas e especializadas na atividade pertinente ao objeto desta Concorrência, devendo ser comprovado pelo contrato social;

5.2. O licitante, ou grupo, suas filiais ou empresas que fazem parte de um grupo econômico ou financeiro, somente poderá apresentar uma única proposta de preços. Caso um licitante participe em mais de uma proposta de preços, estas propostas não serão levadas em consideração e serão rejeitadas.

5.3. Para tais efeitos entende-se que fazem parte de um mesmo grupo econômico ou financeiro, as empresas que tenham diretores, acionistas (com participação em mais de 5%), ou representantes legais comuns, e aqueles que dependam ou subsidiem econômica ou financeiramente a outra empresa.

5.4. A pessoa jurídica poderá participar da licitação em consórcio, observadas as seguintes normas:

5.4.1. Comprovação de compromisso público ou particular de constituição de consórcio, subscrito pelos consorciados;

5.4.2. Indicação da empresa líder do consórcio, que será responsável por sua representação perante a Administração;

5.4.3. Admissão, para efeito de habilitação técnica, do somatório dos quantitativos de cada consorciado e, para efeito de habilitação econômico-financeira, do somatório dos valores de cada consorciado;

5.4.4. Impedimento de a empresa consorciada participar, na mesma licitação, de mais de um consórcio ou de forma isolada;

5.4.5. Responsabilidade solidária dos integrantes pelos atos praticados em consórcio, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato.

5.4.6. Será exigido do consórcio acréscimo de 20% (vinte por cento) sobre o valor exigido de licitante individual para a habilitação econômico-financeira, quando for o caso.

5.4.6.1. O acréscimo não se aplica aos consórcios compostos, em sua totalidade, de microempresas e pequenas empresas, assim definidas em lei.

5.4.7. O licitante vencedor é obrigado a promover, antes da celebração do contrato, a constituição e o registro do consórcio, nos termos do compromisso referido no subitem 5.4.1 deste Edital.

5.4.8. A substituição de consorciado deverá ser expressamente autorizada pelo órgão ou entidade contratante e condicionada à comprovação de que a nova empresa do consórcio possui, no mínimo, os mesmos quantitativos para efeito de habilitação técnica e os mesmos valores para efeito de qualificação econômico-financeira apresentados pela empresa substituída para fins de habilitação do consórcio no processo licitatório que originou o contrato.

6. VEDAÇÃO À PARTICIPAÇÃO NO CERTAME

6.1. Não poderão participar desta licitação pessoas físicas ou jurídicas:

6.1.1. Autor do anteprojeto, do projeto básico/termo de referência ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

6.1.1.1. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.

6.1.2. Empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico/termo de referência ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito

a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

6.1.3. Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

6.1.3.1. O impedimento será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

6.1.4. Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, devendo essa proibição constar expressamente do edital de licitação;

6.1.5. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

6.1.6. Pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

6.1.7. Sociedades empresárias que estiverem em recuperação judicial, recuperação extrajudicial, em processo de falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação judicial ou extrajudicial;

6.1.7.1. Será permitida a participação de empresa em recuperação judicial com plano de recuperação homologado pela autoridade judiciária competente, visto que nesse contexto há plausibilidade de capacidade econômico-financeira, devendo, então, demonstrar-se além da referida homologação judicial os demais requisitos para habilitação econômico-financeira.

6.1.8. Será considerado comportamento inidôneo, o comparecimento na licitação do interessado que se apresente para participar do procedimento licitatório e esteja enquadrado nas hipóteses dos impedimentos e vedações aqui elencados.

7. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

7.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos Invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

7.1.1. Os documentos mencionados no **subitem 7.1** deverão ser apresentados **FORA** dos invólucros que contêm as **Propostas Técnica** e de **Preços** que compõem os autos do processo licitatório.

7.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente.

7.1.3. 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, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo II do Termo de Referência**. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários;

7.2. 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.

7.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preço credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

7.4. Caso as licitantes não queiram se fazer representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos Invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no Edital.

8. DOS INVÓLUCROS DA DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA E DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. Os documentos de proposta técnica e propostas de preços de cada Licitante serão entregues à Comissão de Contratação em invólucros nº 01, nº 02, nº 03 e nº 04, conforme os subitens 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4, em data, hora e local estabelecidos em EDITAL.

INVÓLUCRO Nº 1

8.1.1. No **Invólucro nº 01** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada**, de que trata o item 1 do **Anexo IV** do Termo de Referência - Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica.

8.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Secretaria Municipal de Comunicação Social ou Comissão de Contratação.

8.1.1.2. O invólucro padronizado deverá ser retirado pelas interessadas de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h, na Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, n.º 47 - Pq. Santo Amaro, Campos dos Goytacazes - RJ, no setor de Licitação, a partir do dia útil seguinte a publicação do edital.

8.1.1.3. Para preservar - até a abertura do invólucro nº 2 - o sigilo quanto à autoria do Plano de

Comunicação Publicitária, o **invólucro nº 1 não poderá:**

- a) Ter qualquer identificação;
- b) Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

8.1.1.4. O Invólucro nº 01 deverá estar **sem fechamento e sem rubrica**, para preservar o sigilo quanto à sua autoria, até a abertura do Invólucro nº 2.

INVÓLUCRO Nº 2

8.1.2. No **Invólucro nº 02** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada** e terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

8.1.2.1. O invólucro nº 02 **deverá estar fechado e rubricado** no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES
CONCORRÊNCIA Nº 001/2025
INVÓLUCRO Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA -
VIA IDENTIFICADA
RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE

8.1.2.2. O invólucro nº 02 deverá ser providenciado pelas licitantes e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 3

8.1.3. No **invólucro nº 03** deverão estar acondicionados os documentos pertinentes à **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam o **Anexo IV** do Termo de Referência - Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica.

8.1.3.1. O invólucro nº 03 **deverá estar fechado e rubricado** no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES
CONCORRÊNCIA Nº 001/2025
INVÓLUCRO Nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,
REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE

8.1.3.2. O invólucro nº 03 deverá ser providenciado pelas licitantes e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.1.3.3. O invólucro nº 03 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 02.

INVÓLUCRO Nº 4

8.1.4. A **Proposta de Preços** deverá ser entregue à Comissão de Contratação condicionada no **invólucro nº 04**.

8.1.4.1. O invólucro nº 04 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES
CONCORRÊNCIA Nº 001/2025
INVÓLUCRO Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS
RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE

8.1.4.2. O invólucro nº 04 será providenciado pelas licitantes e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme modelo apensado no **Anexo I** do Termo de Referência, elaborada em papel timbrado da agência.

8.3. As licitantes deverão apresentar, como anexo da proposta de preços, a Declaração de Elaboração Independente de Proposta, nos termos do **Anexo III** do Termo de Referência.

8.4. Após a entrega dos invólucros, a Comissão de Contratação não aceitará, em nenhuma hipótese, a substituição ou anexação de qualquer novo documento por parte das Licitantes, salvo os documentos de esclarecimentos que forem, eventualmente, solicitados pela mesma, na forma estabelecida neste Edital.

8.5. Durante o período compreendido entre a data da entrega dos Invólucros "Documentos de Proposta Técnica", "Proposta de Preços" e posteriormente "Documentos de Habilitação" até a adjudicação do serviço, **o MUNICÍPIO não atenderá às licitantes individualmente para tratar de assuntos referentes à licitação**. A Secretaria Municipal de Comunicação Social ou a Comissão

de Contratação, em caso de necessidade, convocá-las-á para esclarecimentos que eventualmente se fizerem necessários, conforme subitem anterior.

9. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica, elaborada de acordo com as informações constantes do **Briefing - Anexo VI** do Termo de Referência, estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos abaixo:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos)	I - Raciocínio Básico (10 pontos)
	II - Estratégia de Comunicação (20 pontos)
	III - Ideia Criativa (20 pontos)
	IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)
2. Capacidade de Atendimento (15 pontos)	
3. Repertório (10 pontos)	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)	

9.1.1. A forma de apresentação da Proposta Técnica e seu conteúdo deverão obedecer ao especificado no **Anexo IV** do Termo de Referência.

9.1.2. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos ou expressões de uso corrente, e deverá ser elaborada com clareza, sem emendas, ressalvas ou rasuras e com páginas numeradas sequencialmente por quesito.

9.1.2.1. As páginas deverão ser rubricadas e assinadas na última, por representante legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.1.3. A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da Licitante para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido no Edital ensejará a desclassificação da Proposta.

9.1.4. As Propostas Técnicas serão analisadas pela Subcomissão Técnica sendo as notas atribuídas devidamente justificadas, considerando-se os critérios estabelecidos no **Anexo V** do Termo de Referência.

10. DA REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIAS

10.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto a seguir:

10.1.1. A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato), nos termos do item 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP. (máximo de 10% e

mínimo de 5%).

10.1.2. A CONTRATADA fará jus a honorários de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos de serviços e suprimentos externos, orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pela Contratada, nos termos do item 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

10.1.2.1. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a, no mínimo, 3 (três) fornecedores especializados, aprovados previamente pela SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

10.1.3. A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

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

II) à reimpressão de peças publicitárias. **(máximo de 10% e mínimo de 5%).**

10.1.3.1. Para fins do disposto no inciso II do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

10.1.4. A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965. **(máximo de 10% e mínimo de 5%).**

10.1.5. A CONTRATADA fará jus a honorários de 35% (trinta e cinco por cento), sobre a Lista de Custos Referencial de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ), como remuneração pelos custos dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência referente a peças publicitárias **NÃO** destinadas a veiculação em qualquer mídia geradora do “Desconto-Padrão de Agência”.

10.2. Os honorários de que tratam os subitens 10.1.1, 10.1.2, 10.1.3, 10.1.4 e 10.1.5 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

10.3. A **CONTRATADA não fará jus:**

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, nos termos da alínea 'c' do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária - CENP, cuja distribuição PROPORCIONE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

b) 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 a este contrato.

10.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

10.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. A Nota da Proposta de Preço (NPP) será apurada conforme a metodologia específica nos subitens seguintes.

11.1.1. A Comissão de Contratação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Honorários	Pontos (P)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no subitem 10.1.1.	P1 = 1,0 X (Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no subitem 10.1.3	P2 = 1,0 X (Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no subitem 10.1.4	P3 = 1,0 X (Honorários)
Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, o termo "honorários" será substituído nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

10.1.2. A NPP responderá a soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes na tabela referida no subitem 11.1.1, como segue:

$NPP = P1 + P2 + P3$

10.1.3. Será considerada como Melhor Proposta de Preços a licitante que obtiver o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço.

10.1.4. Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

Pontos	Percentual de honorários
100	Menor % de honorário
98	Segundo menor % de honorário
96	Terceiro menor % de honorário
94	Quarto menor % de honorário
92	Quinto menor % de honorário
90	Demais % de honorário

10.1.5. Caso mais de 1 (uma) licitante obtenha o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço, estas receberão a mesma pontuação e assim sucessivamente.

10.1.6. Serão desclassificadas as propostas apresentadas com valor inferior a 5% (cinco) por cento e superior a 10% (dez) por cento para os itens 10.1.1, 10.1.3 e 10.1.4.

11. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

11.1. Além da remuneração prevista, a **CONTRATADA** fará jus ao “Desconto-Padrão de Agência” de 20% (vinte por cento) em conformidade as Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), concedido pelos veículos de divulgação, de acordo com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

11.1.1. O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010 e de acordo com o item 2.5 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

12. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

Primeira Sessão

12.1. Os Invólucros com as Propostas Técnicas (Invólucros nº 01, 02 e 03) e as Propostas de Preços (Invólucro nº 04) serão entregues à Comissão de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados em Edital.

12.2. Os representantes legais das Licitantes, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a Lista de Presença, após o que será declarada aberta a reunião.

12.3. É vedada a participação, na sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e Comercial, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

12.4. Os invólucros padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não serão recebidos pela Comissão de Contratação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta, lacrado ou qualquer outro elemento capaz de identificar a Licitante.

12.5. É vedado o lançamento de qualquer código, sinal ou marca nos Invólucros padronizados ou nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.5.1. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Invólucro nº 1) que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.6. Recebidos os Invólucros, a Comissão de Contratação retirará o conteúdo do Invólucro nº 01 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada e abrirá o Invólucro nº 03 – Proposta Técnica - Conjunto de Informações. As propostas serão rubricadas pelos seus respectivos membros e pelos representantes das Licitantes presentes à sessão, facultada a designação de um deles para representar todas as Licitantes.

16.6.1. O Invólucro nº 02 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada e o Invólucro nº 04 – Proposta de Preço, permanecerão lacrados em poder da Comissão de Contratação e deverão ser rubricados no fecho por seus membros e pelos Representantes Legais presentes.

12.7. Os Invólucros abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

12.8. A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Invólucro nº 01) e do Conjunto de Informações (Invólucro nº 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Edital, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto nos subitens 8.1.1.1, 8.1.1.3 e 8.1.1.4.

12.9. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão de Contratação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.9.1. A Subcomissão Técnica justificará os pontos concedidos em cada item do critério de avaliação:

Segunda Sessão

12.10. Recebidas as atas de julgamento, a Comissão de Contratação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) Abertura do Invólucro nº 02 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

- b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) Verificação da Pontuação Total obtida pelas agências, conforme critérios estabelecidos no **Anexo V do Termo de Referência**.
- d) Elaboração de planilha com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se o resultado final do julgamento geral da Proposta Técnica.
- e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.
- e.1) O resultado do julgamento geral da Proposta Técnica será publicado no Diário Oficial do Município, indicando as licitantes desclassificadas e as classificadas, em ordem decrescente de pontuação.

12.11. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente após a respectiva fase, sob pena de preclusão.

12.12. Abertura do Invólucro nº 04 - Propostas de Preços - a Comissão de Contratação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, as licitantes classificadas na fase do julgamento geral da Proposta Técnica.

Terceira Sessão

12.13. Na sessão de abertura dos Invólucros nº 04 - Propostas de Preços, o invólucro da agência cuja Proposta Técnica for desclassificada permanecerá lacrado em poder da Comissão de Contratação caso a agência manifeste, tempestivamente, intenção de interpor recurso, sendo devolvido fechado somente após a decisão final do(s) recurso(s). Contudo, caso a agência desclassificada não manifeste intenção de recorrer, seu Invólucro nº 04 será devolvido, ainda lacrado. A devolução será devidamente registrada em ata.

12.14. Uma vez abertos os Invólucros nº 04 das agências classificadas, as Propostas de Preços e seus anexos serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelos representantes, legais ou credenciados, presentes e serão analisadas conforme as condições estabelecidas no item abaixo:

12.15. A Comissão de Contratação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Honorários	Pontos (P)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no Item 1 da Proposta de Preços	P1 = 1,0 X (Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no Item 2 da Proposta de Preços	P2 = 1,0 X (Honorários)

Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no Item 3 da Proposta de Preços	P3 = 1,0 X (Honorários)
Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, o termo "honorários" será substituído nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

12.15.1.A NPP responderá a soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes na tabela referida no subitem 12.17, como segue:

$NPP = P1 + P2 + P3$

12.15.2.Será considerada como Melhor Proposta de Preços a licitante que obtiver o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço e assim sucessivamente.

12.15.3.Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

Pontos	Percentual de honorários
100	Menor % de honorário
98	Segundo menor % de honorário
96	Terceiro menor % de honorário
94	Quarto menor % de honorário
92	Quinto menor % de honorário
90	Demais % de honorário

12.15.4.Caso mais de 1 (uma) licitante obtenha o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço, estas receberão a mesma pontuação e assim sucessivamente.

12.15.5.Serão desclassificadas as propostas apresentadas com valor inferior a 5% (cinco) por cento e superior a 10 (dez) por cento para os itens 10.1.1, 10.1.3 e 10.1.4.

13. DA CLASSIFICAÇÃO DAS LICITANTES

13.1. O cálculo da Pontuação Final (PF) das licitantes será de acordo com a média ponderada da Nota da Proposta Técnica (NPT) e da Nota da Proposta de Preços (NPP), sendo obtida através da fórmula abaixo:

$PF = (NPT \times 0,70) + (NPP \times 0,30)$
--

PF = Pontuação final

NPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NPP = Pontuação relativa à proposta de preço

13.1.1. A Comissão de Contratação elaborará a ordem de classificação das agências com a devida divulgação do resultado.

13.1.2. Serão vencedoras desta Concorrência as 02 (duas) licitantes quem tenham obtido a maior Pontuação Final (PF).

13.1.3. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

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

13.1.4. Persistindo ainda assim o empate, a decisão será feita por sorteio público, em modalidade e data a serem definidas pela Comissão de Contratação.

13.2. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas de Preços, a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente após a respectiva fase, sob pena de preclusão.

13.3. Abertura do Invólucro nº 05 - Documentos de Habilitação - a Comissão de Contratação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, as LICITANTES classificadas no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nesse Edital.

Quarta Sessão

14. CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO

14.1. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação, o Agente de Contratação verificará se os licitantes provisoriamente classificados em primeiro e segundo lugares atendem às condições de participação no certame, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021, legislação correlata, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

14.1.1. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis>); e

14.1.2. Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP, mantido pela Controladoria Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>).

14.1.3. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força da vedação de que trata o artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992.

14.1.4. Constatada a existência de sanção, o licitante **será reputado inabilitado**, por falta de condição de participação; e haverá nova verificação, pelo sistema, seguindo-

se a disciplina antes estabelecida para aceitação da proposta subsequente;

14.2. Efetuada a verificação referente ao item acima, será solicitado que os licitantes apresentem o Invólucro nº 05 contendo a documentação de habilitação.

14.3. A documentação deverá ter validade na data da sessão de análise da documentação de habilitação. As certidões valerão nos prazos que lhes são próprios ou, inexistindo esse prazo, reputar-se-ão válidas por 90 (noventa) dias, contados de sua expedição.

15. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. Encerrado o prazo para a interposição de recurso em face do resultado final do julgamento das propostas, as licitantes classificadas serão convocadas pela Comissão de Contratação para apresentação dos documentos de habilitação.

15.2. Os documentos de habilitação de cada Licitante serão entregues à Comissão de Contratação no Invólucro nº 05, em data, hora e local estabelecidos pela Comissão de Contratação.

15.3. O Invólucro nº 5 deverá estar devidamente lacrado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES CONCORRÊNCIA Nº 001/2025 INVÓLUCRO Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO RAZÃO SOCIAL E CNPJ
--

15.3.1. Numeração de Folhas e Documentos:

a) Todas as folhas da documentação de habilitação deverão ser rubricadas pelo representante legal da licitante.

15.3.2. A Comissão de Contratação solicita que as licitantes apresentem toda a documentação de habilitação com as folhas numeradas ressaltando que eventual falta de numeração, não será motivo de inabilitação.

15.3.3. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado;
ou

III - Cópia Simples.

15.3.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

15.3.5. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

15.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

15.4.1. **Habilitação Jurídica**

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar 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;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

15.4.2. **Regularidade Fiscal e Trabalhista**

a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

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

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

e) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante;

f) Prova de Regularidade de Situação perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço -

FGTS;

- g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943. Esta certidão poderá ser retirada através do site www.tst.jus.br/certidao;
- h) Deverão ser fornecidas Certidões Negativas da Dívida Ativa sempre que os documentos de comprovação de regularidade para com as Fazendas Federal, estaduais e Municipais apresentadas, fizerem referência expressa de que não atestam a regularidade da licitante em relação à Dívida Ativa das citadas Fazendas; para as sociedades empresárias situadas no Estado do Rio de Janeiro deverão apresentar prova de regularidade com a Dívida Ativa, emitida pela Procuradoria Geral do Estado;
- i) Quando o crédito tributário ou trabalhista se encontrar com sua exigibilidade suspensa, no lugar das Certidões Negativas de Débito pode-se apresentar Certidão Positiva com efeito de Negativa;

15.4.2.1. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

15.4.2.2. 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.

15.4.2.3. Serão aceitos registros de CNPJ de licitante matriz e filial com diferenças de números de documentos pertinentes à Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, por constar no próprio documento que é válido para matriz e filiais, bem assim quanto ao Certificado de Regularidade do FGTS, quando o licitante tenha o recolhimento dos encargos centralizado, devendo, desta forma, apresentar o documento comprobatório de autorização para a centralização.

15.4.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

15.4.4. Qualificação Econômico-financeira

15.4.4.1. Balanço Patrimonial, na forma da lei, referente aos 02 (DOIS) últimos exercícios sociais, nos termos do art. 69, inciso I, da Lei 14.133/2021.

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

- a) Quando S.A., balanço patrimonial devidamente registrado na Junta Comercial e publicado em Diário Oficial e jornais de grande circulação (art. 289, caput e § 5º da Lei n.º 6.404/76);
- b) Quando outra forma societária, balanço patrimonial devidamente registrado pela Junta Comercial ou outro órgão competente do Registro do Comércio. No caso de uma empresa ter registrado legalmente seu contrato social em cartório competente, deverá fazer o registro do balanço patrimonial no mesmo cartório;
- c) Aquelas sociedades constituídas a menos de um ano deverão apresentar o balanço de abertura, que deverá conter as assinaturas do contabilista regularmente habilitado e do sócio gerente;
- d) Escrituração contábil digital transmitida pelo sistema público de escrituração digital (SPED) pelas pessoas jurídicas a ela obrigadas;

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

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

15.4.4.3. Certidão(ões) Negativa(s) de Recuperação Judicial - Lei 11.101/05 (falências e concordatas), expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, a menos de 90 (noventa) dias da data estabelecida no preâmbulo deste Edital para a realização do certame, exceto quando dela constar o prazo de validade.

15.4.4.3.1. Para a licitante sediada na Cidade de Campos dos Goytacazes, esta prova será feita mediante apresentação de Certidão passada pelo Cartório Único de Registro de Distribuição, sendo dispensada a apresentação do documento exigido no subitem 15.4.4.4.

15.4.4.3.2. Caso a licitante esteja em processo de recuperação judicial, poderá apresentar, em substituição aos documentos exigidos nos subitens 15.4.4.3 e 15.4.4.4, certidão emitida pela instância judicial certificando sua aptidão econômica e financeira para participar de procedimento licitatório.

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

15.4.4.4.1. Na hipótese da Certidão de que trata o subitem 15.4.4.3 ser emitida pela

Corregedoria ou órgão equivalente do respectivo Poder Judiciário, será facultativa a apresentação do documento solicitado no subitem anterior.

16. DOS RECURSOS

16.1. Dos atos de julgamento das propostas técnica e preço, de habilitação ou de inabilitação e de anulação ou de revogação da licitação, caberá recurso, nos termos do artigo 165, I, da Lei Federal nº 14.133/2021.

16.2. A intenção de recorrer dos atos de julgamento deverá ser manifestada imediatamente após as respectivas fases (julgamento de propostas técnica e preço e habilitação), sob pena de preclusão.

16.2.1. O prazo para apresentação das razões recursais (tanto no que diz respeito ao julgamento das propostas técnica e preço, quanto no que pertine à habilitação) será iniciado ao final da fase de habilitação, mediante intimação da lavratura da ata de habilitação ou inabilitação.

16.2.2. Nos casos de anulação ou de revogação da licitação, o termo inicial para a contagem do prazo recursal é a data da publicação da decisão no Diário Oficial do Município.

16.3. A apreciação do recurso dar-se-á em fase única.

16.4. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação ao Ordenador de Despesas do órgão gestor da contratação, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

16.5. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

16.6. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

16.7. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 03 (três) dias úteis, contados da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

16.8. O recurso terá efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

16.9. Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados, no endereço constante no preâmbulo deste Edital.

17. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

17.1. Declarada a vencedoras do certame, o resultado da licitação será submetido à **autoridade competente** (ordenador de despesas) para o procedimento de adjudicação e homologação da

licitação.

18. NOTA DE EMPENHO

18.1. Após a adjudicação e homologação da licitação, será emitido a Nota de Empenho no exercício do ano corrente.

18.2. Em havendo documentação vencida, o Município notificará a empresa vencedora, para que, no prazo de 05 (cinco) dias corridos, contados da notificação, apresente a documentação atualizada.

18.3. A Administração convocará regularmente o licitante vencedor para assinar o termo de contrato ou para aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo e nas condições estabelecidas no edital de licitação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei Federal nº 14.133/2021. O licitante vencedor terá um prazo máximo de 05 (cinco) dias corridos para assinatura da Nota de Empenho e/ou Contrato, a contar de sua convocação.

18.4. O prazo poderá ser prorrogado 1 (uma) vez, por igual período, mediante solicitação da parte durante seu transcurso, devidamente justificada e desde que o motivo apresentado seja aceito pelo órgão gestor da contratação.

18.5. Caso o licitante não assine o termo de contrato ou não aceite ou não retire o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, a Administração convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

18.6. Decorrido o prazo de validade da proposta indicado no edital sem convocação para a contratação, ficarão os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

18.7. Na hipótese de nenhum dos licitantes aceitar a contratação nos termos do subitem 18.3 do Edital, a Administração, observado o valor estimado, poderá:

18.7.1. Convocar os licitantes remanescentes para negociação, na ordem de classificação, com vistas à obtenção de preço melhor, mesmo que acima do preço do adjudicatário;

18.7.2. Adjudicar e celebrar o contrato nas condições ofertadas pelos licitantes remanescentes, atendida a ordem classificatória, quando frustrada a negociação de melhor condição.

18.8. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades legalmente estabelecidas e à imediata perda da garantia de proposta, se exigida, em favor do órgão ou entidade licitante, salvo na hipótese do subitem 18.6 deste Edital.

18.9. Será facultada à Administração a convocação dos demais licitantes classificados para a contratação de remanescente de serviço ou de fornecimento em consequência de rescisão

contratual, observados os mesmos critérios estabelecidos nos subitens 18.3 e seguinte deste Edital.

19. DA ASSINATURA DO CONTRATO

19.1. Uma vez adjudica do objeto da licitação, as agências vencedoras serão convocadas, por escrito, para assinatura do contrato, cuja minuta constitui o Anexo II deste edital.

19.2. As agências adjudicatárias terão o prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar do recebimento da Carta de Convocação para assinatura do contrato, podendo ser o prazo prorrogado uma vez, por igual período desde que justificado e aceito pela SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

19.3. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses contados da assinatura, podendo ser prorrogado por até 120 meses, nos termos do artigo 107 da 14.133/2021.

19.4. A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato dentro do prazo estipulado no subitem 19.2 da notificação da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, sem que haja justo motivo para tal, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e determinará a aplicação das penalidades previstas na legislação de regência, neste Edital e no Contrato.

19.5. No caso da ocorrência do subitem 19.4, a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, a seu exclusivo critério, poderá adjudicar os serviços à licitante classificada em segundo lugar e assim, sucessivamente, desde que aceitas as condições de preços e de prazo da licitante inicialmente declarada vencedora.

19.6. Na hipótese da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL não assinar o Contrato com a empresa vencedora ou com outra, na ordem de classificação, no prazo de 60 (sessenta) dias da data de entrega das propostas, as licitantes ficarão liberados de quaisquer compromissos assumidos.

20. DA FISCALIZAÇÃO

20.1. 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.

20.2. Os recebimentos provisório e definitivo serão realizados na forma do artigo 140, inciso I, letra a da Lei Federal nº 14133/2021, observadas as demais condições previstas neste Edital, para o recebimento do objeto.

20.3. A SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL nomeará 01 (um) gestor e 03 (três) fiscais para executar o acompanhamento e a fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência e registrar, caso ocorra, ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas

porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção.

20.4. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

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

20.4.2. No caso do item 20.4.1, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

20.5. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

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

21. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

21.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao MUNICÍPIO para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: Razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. A declaração deverá ser acompanhada de documento original, conforme artigo 3º, inciso II, da Lei Federal nº 13.726/2018;

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

21.1.1.1. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 21.1.1 acima.

21.2. A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 21.1.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

21.3. A agência de propaganda não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 21.1.1.1 aos interesses do MUNICÍPIO, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

21.4. O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no art. 156 da Lei Federal nº 14133/2021, nesse Edital, no Edital de Licitação e no Contrato.

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

21.6. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**.

21.7. A execução do contrato de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência dar-se-á em total conformidade com os termos e as condições estabelecidas no Edital, Licitação e no respectivo instrumento contratual.

21.7.1. A juízo do contratante, a campanha publicitária da proposta vencedora da licitação que deu origem ao contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída, com ou sem modificações, na sua vigência.

22. DA RESPONSABILIDADE

22.1. A **CONTRATADA** é responsável por danos causados ao Município ou a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo na execução do contrato, não excluída ou reduzida essa responsabilidade pela presença de fiscalização ou pelo acompanhamento da execução por órgão da Administração.

22.2. A **CONTRATADA** é responsável por encargos trabalhistas, inclusive decorrentes de acordos, dissídios e convenções coletivas, previdenciários, fiscais e comerciais oriundos da execução do contrato, podendo o Município, a qualquer tempo, exigir a comprovação do cumprimento de tais encargos, como condição do pagamento dos créditos da **CONTRATADA**.

22.3. A **CONTRATADA** se obriga a cumprir as determinações da Lei nº 6514 de 22 de dezembro

de 1977 e da Portaria nº 3214 de 08 de julho de 1978 e suas Portarias Modificadoras, que aprovam as Normas Regulamentadoras do Capítulo V, título II, da CLT, relativas à Segurança e Medicina do Trabalho.

23. SUBCONTRATAÇÃO

23.1. As agências não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução dos serviços previstos no presente Edital.

23.2. É admitida a subcontratação parcial do valor contratado.

23.3. A subcontratação não altera a responsabilidade da contratada, que continuará íntegra perante o Município.

23.4. As subcontratações porventura realizadas serão integralmente custeadas pela contratada.

23.5. A subcontratação ficará condicionada, em qualquer caso, à obrigação da contratada quanto à documentação do subcontratado que comprove sua habilitação jurídica, regularidade fiscal e a qualificação técnica necessária à execução da parcela da obra ou do serviço subcontratado, que será avaliada e juntada aos autos do processo correspondente.

23.6. Não será permitida a subcontratação de itens referentes a parcelas de maior relevância ou valor significativo do objeto da licitação, assim consideradas as que tenham valor individual igual ou superior a 4% (quatro por cento) do valor total estimado da contratação.

23.7. É vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau.

24. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

24.1. Os pagamentos serão efetuados pelo Município, em moeda corrente nacional, **em 30 dias**, contados da emissão do Termo de Recebimento Definitivo dos materiais/serviços.

24.1.1. O pagamento só será liquidado após a data de emissão do Termo de Recebimento Definitivo e a comprovação de regularidade fiscal junto ao INSS e ao FGTS;

24.2. A Contratada não poderá suspender o cumprimento de suas obrigações e deverá tolerar possíveis atrasos de pagamento.

24.3. Nos casos de atraso no pagamento por culpa da contratante, o valor devido será acrescido de taxa de 0,5% ao mês, calculado pro rata die entre o 31º (trigésimo primeiro) dia da data do adimplemento da obrigação e a data do efetivo pagamento. No caso de antecipação do pagamento, o valor devido sofrerá desconto à taxa de 0,5% ao mês, calculado pro rata die entre a data do efetivo pagamento e o 30º (trigésimo) dia da data do adimplemento da obrigação.

24.4. A contratante estará eximida de cumprir os itens relativos às compensações financeiras nos casos em que a contratada houver concorrido direta ou indiretamente para a ocorrência do atraso.

25. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

25.1. A licitante ou a contratada será responsabilizada administrativamente pelas seguintes infrações:

- 25.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;
- 25.1.2. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- 25.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;
- 25.1.4. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame, quando exigidas;
- 25.1.5. Não manter a proposta, inclusive no que tange à apresentação de amostra ou prova de conceito, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- 25.1.6. Não celebrar o contrato / instrumento equivalente ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- 25.1.7. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- 25.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- 25.1.9. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- 25.1.10. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 25.1.11. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 25.1.12. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

25.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas as seguintes sanções:

- 25.2.1. Advertência;
- 25.2.2. Multa, não inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento) do valor da contratação;
- 25.2.3. Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Município de Campos dos Goytacazes, pelo prazo máximo de 3 (três) anos;
- 25.2.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.
- 25.2.5. A aplicação de sanções observará o devido processo administrativo, na forma da Lei Federal nº 14.133/2021, combinada com o artigo 29 e seguintes da Lei Municipal nº 4.960/2022.

25.3. A multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções.

25.4. As sanções aplicadas serão obrigatoriamente registradas junto à Coordenadoria Geral de Contratos, bem como no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no

Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep).

25.5. A aplicação das sanções não exonera o infrator de eventual ação por perdas e danos que seu ato ensejar.

25.6. O valor das multas que, porventura forem aplicadas, serão descontadas da garantia da respectiva Contratada. Se a multa aplicada for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a Contratada pela diferença a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pelo órgão gestor da contratação ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

26. DA RESCISÃO CONTRATUAL

26.1. Constituem motivo para extinção do presente contrato, independentemente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, sem prejuízo das penalidades nele previstas e na Lei Federal nº 14.133/2021, o descumprimento de qualquer de seus termos, cláusulas ou condições, a cessação de sua necessidade ou ocorrência de qualquer situação prevista no art. 137 da Lei de Licitações.

26.2. No ato da extinção contratual, a CONTRATADA prestará contas dos produtos que lhe tenham sido solicitados.

26.3. Constatados prejuízos decorrentes da atuação irregular da CONTRATADA no momento da extinção, poderá o MUNICÍPIO efetuar a retenção de valores devidos à CONTRATADA, no limite suficiente à compensação dos mesmos.

26.4. Em qualquer hipótese de extinção contratual, a CONTRATADA somente terá direito à remuneração pelos serviços executados.

26.5. Caso o MUNICÍPIO não se utilize da prerrogativa de extinguir este Contrato, a seu exclusivo critério, poderá suspender a sua execução e/ou sustar o pagamento das faturas, até que a CONTRATADA cumpra integralmente a condição contratual infringida.

26.6. A CONTRATADA reconhece os direitos do MUNICÍPIO, em caso de extinção com fundamento no art. 138, I, da Lei Federal nº 14.133/2021.

27. DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

27.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

27.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

27.1.2. Quanto à Estrutura de Atendimento das Contratadas, caso as empresas vencedoras que não possuírem sede no município de Campos dos Goytacazes-RJ deverão, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da assinatura do contrato, providenciar e manter uma estrutura física de atendimento na cidade, com a designação de, no mínimo, um preposto

devidamente qualificado. Esta exigência fundamenta-se na necessidade de assegurar a pronta resposta às demandas, a participação efetiva em reuniões estratégicas e a coordenação eficaz das ações, elementos cruciais para a qualidade e a agilidade na entrega dos serviços, mitigando riscos de falhas de comunicação e atrasos que poderiam comprometer a execução do objeto contratual. A não observância desta condição poderá ensejar as sanções contratuais cabíveis.

27.1.3. Com vistas a garantir a excelência na prestação dos serviços e a otimização do relacionamento com a Secretaria Municipal de Comunicação Social, além da estrutura de atendimento e do preposto estabelecidos no item 27.1.2, as contratadas deverão dispor de uma equipe mínima de profissionais com as qualificações e experiências abaixo descritas. Ressalta-se que, com exceção do preposto, os demais profissionais poderão exercer suas funções de forma remota, utilizando os recursos digitais disponíveis, desde que assegurem a comunicação eficaz e a pronta resposta às demandas do MUNICÍPIO, sem prejuízo à qualidade e agilidade dos serviços prestados:

27.1.3.1. 01 (um) profissional de Atendimento ao Cliente, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área de publicidade e propaganda;

27.1.3.2. 01 (um) profissional de Criação de Campanhas, nível sênior, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área de publicidade e propaganda;

27.1.3.3. 01 (um) profissional Produção Gráfica e Vídeo (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área de publicidade e propaganda;

27.1.3.4. 01 (um) profissional Analista de Mídia, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área de publicidade e propaganda; e

27.1.3.5. 01 (um) profissional de Análise de Dados (Business Intelligence), com experiência mínima comprovada a partir de 3 (três) anos na área de publicidade e marketing digital.

27.1.4. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Secretaria Municipal de Comunicação Social.

27.1.5. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao Secretaria Municipal de Comunicação Social.

27.1.6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir a Secretaria Municipal de

Comunicação Social as vantagens obtidas.

27.1.6.1. Pertencem a Secretaria Municipal de Comunicação Social as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

27.1.6.1.1. O disposto no subitem 27.1.6.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

27.1.6.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao MUNICÍPIO caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

27.1.6.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

27.1.6.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 27.1.6.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste EDITAL, no Contrato e na Legislação de Regência.

27.1.7. Negociar sempre as melhores condições de preço, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do MUNICÍPIO.

27.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao MUNICÍPIO:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II- apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

III - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

IV - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados), e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

V - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade - CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou

sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

VI – para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

27.1.8.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO.

27.1.8.2. O MUNICÍPIO procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, utilizando para isso pesquisas junto ao mercado pretendido.

27.1.8.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do MUNICÍPIO.

27.1.8.4. Se e quando julgar conveniente, a a Secretaria Municipal de Comunicação Social poderá:

- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

27.1.8.5. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições relacionadas ao desconto de agência para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

27.1.8.6. As disposições dos subitens 27.1.8 a 27.1.8.5 não se aplicam à compra de mídia.

27.1.8.7. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos artigos 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

27.1.9. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da Secretaria Municipal de Comunicação Social .

27.1.9.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

- I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II- dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

III - Possuam em seu quadro de pessoal, servidores, empregados públicos ou dirigentes do Município, ou empregado que tenha sido, nos últimos 180 (cento e oitenta) dias, ocupante de cargo, emprego ou função no Município.

IV - Possuam em seus quadros servidor que tenha sido demitido pelo Município.

27.1.10. Obter a aprovação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação Social, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

27.1.10.1.A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da Secretaria Municipal de Comunicação Social, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

27.1.10.2.Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovem conteúdos ou atividades ilegais.

27.1.10.3.Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza *fake news*, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

27.1.11. Apresentar a Secretaria Municipal de Comunicação Social, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

27.1.12. Apresentar a Secretaria Municipal de Comunicação Social, como alternativa ao subitem 27.1.11, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 2.2, Inciso I, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

27.1.12.1.O estudo de que trata o subitem 27.1.12 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação Social, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

27.1.12.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 27.1.12.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

27.1.12.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e

assim sucessivamente.

27.1.12.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 27.1.12, a Secretaria Municipal de Comunicação Social solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

27.1.13. Encaminhar, sempre que solicitado pela Secretaria Municipal de Comunicação Social, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) **TV e Cinema:** cópias em pendrive e/ou arquivos digitais;
- b) **Internet:** cópias em pendrive;
- c) **Rádio:** cópias em pendrive, com arquivos digitais;
- d) **Mídia impressa e material publicitário:** cópias em pendrive, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

27.1.13.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo pendrive, caso atenda à solicitação da Secretaria Municipal de Comunicação Social.

27.1.14. Prestar os seguintes serviços a Secretaria Municipal de Comunicação Social, a suas expensas:

- a) instituição e manutenção de acervo da propaganda do MUNICÍPIO, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) criação e manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

27.1.14.1. A CONTRATADA reunir-se-á com o MUNICÍPIO, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, para apresentar proposta para o acervo virtual, compreendendo, por exemplo, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

27.1.14.1.1. Para a elaboração da proposta a agência deve considerar que o acervo virtual deverá estar funcionando no prazo de 60 (sessenta) dias, contado da assinatura deste contrato.

27.1.14.1.2. Aprovada pelo MUNICÍPIO a proposta passará a integrar o contrato, ressalvado que as partes poderão promover ajustes, sempre que necessários à manutenção do acervo.

27.1.14.2. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e ao MUNICÍPIO reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

27.1.15. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto nos subitens 27.1.13 e 27.1.14.

27.1.16. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Secretaria Municipal de Comunicação Social.

27.1.16.1. O material a ser utilizado na distribuição só será distribuído após sua aprovação pela Secretaria Municipal de Comunicação Social.

27.1.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação Social, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

27.1.18. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome do MUNICÍPIO, sem sua prévia e expressa autorização.

27.1.19. Prestar esclarecimentos a Secretaria Municipal de Comunicação Social sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

27.1.20. Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.

27.1.21. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

27.1.23. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

27.1.26. Apresentar, quando solicitado pelo MUNICÍPIO, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

27.1.27. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e ao próprio MUNICÍPIO.

27.1.28. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do MUNICÍPIO.

27.1.28.1. A infração a este dispositivo poderá implicar rescisão do contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

27.1.29. Responder perante ao MUNICÍPIO e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

27.1.30. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para ao MUNICÍPIO.

27.1.31. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

27.1.31.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o MUNICÍPIO e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao MUNICÍPIO as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

27.1.33. Informar ao MUNICÍPIO os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada parcela ou ordem bancária de pagamento emitida pelo MUNICÍPIO e encaminhar relatório com cópias dos pagamentos até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

27.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 5º da Lei nº 14.133/2021.

27.2. Constituem obrigações do MUNICÍPIO, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

27.2.1. Promover, na forma do art. 117 da Lei Federal nº 14.133/2021, o acompanhamento e a fiscalização da execução do objeto do Edital. A existência de fiscalização da Contratante de modo algum atenua ou exime a responsabilidade da Contratada por qualquer vício ou defeito na execução do contrato.

27.2.2. Notificar, por escrito, à Contratada sobre eventuais irregularidades encontradas no fiel cumprimento de suas obrigações, observando os prazos para adequação.

27.2.3. O Contratante se reserva o direito de solicitar os serviços ora contratados, na sua totalidade ou parcialmente, de acordo com a sua necessidade e conveniência.

27.2.4. Efetuar os pagamentos devidos à Contratada pelos serviços efetivamente executados e faturados, nas condições estabelecidas no contrato.

27.2.5. A juízo do MUNICÍPIO, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem ao contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

28. GARANTIA COTRATUAL

28.1. Fica a Contratada obrigada a apresentar comprovante de prestação de garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor global do contrato, com validade para todo o período contratual, sob uma das modalidades previstas no parágrafo 1º do artigo 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

28.1.1. No caso da caução em dinheiro, esta deverá ser depositada na conta 28296-9-agência 6174 - Banco Itaú - Campos dos Goytacazes - RJ - CNPJ nº. 29.247.475/0004-01.

28.2. A contratada fica obrigada a repor o valor da garantia quando esta for utilizada para cobertura de multas, desde que não tenha havido rescisão;

28.3. No caso de renovação da contratação, a Contratada deverá renovar a garantia;

28.4. Havendo aditivos de valor e/ou prazos, reajustes, atualizações, revisões ou repactuações, a Contratada reforçará a garantia, conforme o caso;

28.5. O prazo de vigência da garantia será igual ao de vigência da contratação, acrescido de 90 (noventa) dias;

28.6. A garantia somente poderá ser levantada após o recebimento definitivo do objeto pela fiscalização;

28.7. O atraso superior a 30 (trinta) dias úteis para apresentação da garantia poderá acarretar a rescisão unilateral da contratação.

29. ANULAÇÃO E REVOGAÇÃO DA LICITAÇÃO

29.1. A autoridade competente para aprovação do procedimento poderá revogar a licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, devendo em ambos os casos a decisão estar devidamente fundamentada no processo.

30. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE DO SERVIÇO

30.1. Executado o serviço e estando o mesmo em condições de ser recebido, a contratada deverá comunicar à Fiscalização, por escrito e dentro do prazo de 5 (cinco) dias, a fim de que seja realizado o Recebimento Provisório / Vistoria para fins de recebimento.

30.1.1. O recebimento provisório será realizado pelo fiscal técnico, fiscal administrativo, fiscal setorial ou equipe de fiscalização, nos seguintes termos: elaborar relatório

circunstanciado, em consonância com as suas atribuições, contendo o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato e demais documentos que julgarem necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo; No caso os PIs (Pedidos de Inserção de mídias), as OS (Ordens de Serviço), Orçamentos de Serviços, Tabelas de Veiculação, Notas Fiscais, Comprovantes de Veiculação e dos Serviços Prestados.

30.2. A emissão da comunicação estabelecida no item 30.1 fora do prazo estabelecido caracterizará atraso, sujeitando a contratada às penalidades cabíveis.

30.3. No prazo máximo de 10 (dez) dia contados após o término do serviço, será efetuada Vistoria pela Fiscalização, com vista ao Recibo Definitivo.

30.4. Em caso de constatação local da não finalização dos serviços e da existência de parcelas ainda não executadas/fornecidas, não será reconhecido efeito à comunicação estabelecida no item 30.1, o que implicará não recebimento do serviço e na caracterização de atraso, caso ultrapassado o prazo contratual.

30.5. Havendo indicações de pendências, será concedido prazo, limitado a 20 (vinte) dias contados da Vistoria, a fim de efetuarem-se as correções necessárias.

30.6. Sanadas as pendências, após nova comunicação escrita da Contratada, será efetuada Vistoria Final e, verificada a perfeita adequação do serviço aos termos do Edital, será emitido o Recibo Definitivo, após aquela comunicação.

30.6.1. O recebimento definitivo pelo gestor do contrato, ato que concretiza o ateste da execução dos serviços, obedecerá às seguintes diretrizes: realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização técnica e administrativa e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à contratada, por escrito, as respectivas correções.

30.6.2. As parcelas mensais deverão vir acompanhadas de Relatório de Execução do Contrato, documento complementar ao atesto da nota fiscal no qual será emitido parecer sobre o fornecimento/serviço prestado. Serão acompanhados da Nota Fiscal, orçamentos e/ou tabela de preços e comprovantes dos serviços prestados e/ou comprovantes de veiculação.

30.7. O não cumprimento do prazo a que se refere o item 30.5 caracterizará atraso, sujeitando-se a Contratada às penalidades cabíveis.

30.8. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução referente à produção, veiculação ou à distribuição considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o MUNICÍPIO.

30.9. O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exclui a responsabilidade da CONTRATADA pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato.

DADOS PESSOAIS - LGPD)

31.1. É vedado às partes a utilização de todo e qualquer dado pessoal repassado em decorrência da execução contratual para finalidade distinta daquela do objeto da contratação, sob pena de responsabilização administrativa, civil e criminal.

31.2. As partes se comprometem a manter sigilo e confidencialidade de todas as informações, especialmente os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis, repassados em decorrência da execução contratual, em consonância com o disposto na Lei Federal nº 13.709/2018, sendo vedado o repasse das informações a outras empresas ou pessoas, salvo aquelas decorrentes de obrigações legais ou para viabilizar o cumprimento do instrumento contratual.

31.3. As partes responderão administrativa e judicialmente caso causarem danos patrimoniais, morais, individuais ou coletivos, aos titulares de dados pessoais repassados em decorrência da execução contratual, por inobservância à Lei Federal nº 13.709/2018.

31.4. Em atendimento ao disposto na Lei Federal nº 13.709/2018, o contratante, para a execução do objeto deste contrato, tem acesso a dados pessoais dos representantes da contratada, tais como número do CPF e do RG, endereços eletrônico e residencial e cópia do documento de identificação.

31.5. A contratada declara que tem ciência da existência da Lei Federal nº 13.709/2018 e se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação com o intuito de proteger os dados pessoais repassados pelo contratante.

32. IMPUGNAÇÕES E PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO

32.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei Federal nº 14.133/2021 ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

32.2. As impugnações e solicitações de esclarecimentos deverão ser enviadas ao Presidente da Comissão de Contratação através de qualquer dos seguintes meios:

32.2.1. Eletrônico, no endereço: **licitacao@campos.rj.gov.br**; ou

32.2.2. Escrito através do Protocolo Geral, ao Presidente da Comissão de Contratação, no endereço Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, n.º 47 – Pq. Santo Amaro, Campos dos Goytacazes - RJ, das 09h às 17h, diariamente, exceto aos sábados, domingos e feriados.

32.3. As licitantes poderão obter informações e esclarecimentos sobre a licitação mediante contato telefônico pelo telefone 22) 98175-2073 / 98175-0911.

32.4. Caberá a Comissão de Contratação responder às impugnações e os pedidos de esclarecimentos interpostos.

33. DISPOSIÇÕES FINAIS

33.1. A Administração poderá, a qualquer momento, revogar esta licitação por razões de interesse público fundado em fato superveniente devidamente comprovado, ou anular o certame, se constatado vício no seu processamento.

33.2. Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, excluir-se-á o dia do começo e incluir-se-á o do vencimento.

33.3. O acompanhamento desta licitação poderá ser feito através do endereço eletrônico: <http://riodejaneiro1.dcfiorilli.com.br:8079/Transparencia/Default.aspx?AcessoIndividual=lnkLicitacoes>.

33.4. A apresentação da proposta vincula automaticamente a licitante aos termos do presente Edital, seus anexos, assim como da legislação de regência sobre a matéria.

33.5. Os casos omissos ou situações não explicitadas neste instrumento serão decididos pela Administração, segundo as disposições da Lei Federal nº 14.133/2021, e demais regulamentos e normas administrativas que passam a fazer parte deste Edital, independente de transcrições.

33.6. Para a execução do objeto deste Edital, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma a ele não relacionada, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

34. DOCUMENTAÇÃO FORNECIDA EM ANEXO

34.1. Todos os anexos abaixo citados são partes integrantes do presente Edital, para todos os efeitos legais:

Anexo I - Termo de Referência;

Anexo II - Minuta de Contrato;

Campos dos Goytacazes, 03 de novembro de 2025.

Alexandra dos Santos Paes
Equipe de Apoio

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA



TERMO DE REFERÊNCIA

1. PREÂMBULO

1.1 Trata-se de Termo de Referência para elaboração de Edital de Licitação por Concorrência do tipo “técnica e preço”. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021, o Decreto nº 57.690, de 1/2/1966, Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado na cidade do Rio de Janeiro em outubro de 1957, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, instituído pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR em 05 de maio de 1980 e as disposições deste Termo de Referência.

2. DO OBJETO

2.1. Trata-se da contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de **02 (duas) agências de propaganda**, sob demanda, conceituados no art. 2º da Lei nº 12.232/2010 como o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES aos veículos e demais meios de divulgação.

2.2. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

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

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

2.3. As pesquisas e avaliações, descritas no inciso I, possuem a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato.



2.4. Os serviços aderentes às novas tecnologias, descritos no inciso III, abrangem os formatos de divulgação publicitária não tradicionais, concebidos tanto por plataformas on-line como off-line, que visam potencializar os efeitos das mensagens e somente poderão ser executados, no âmbito da contratação, quando estiverem diretamente relacionados à natureza do objeto do contrato.

2.5. Os serviços previstos não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação e marketing, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.5.2. São também considerados como ação de publicidade os projetos de:

2.5.2.1. Veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação, com entrega em espaços publicitários:

2.5.2.2. Transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

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

2.7. Para a prestação dos serviços serão contratadas **02 (duas) agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.**

2.8. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do Art. 4º, §1º e §2º, da Lei nº 12.232/2010.

2.9. As agências atuarão por ordem e conta do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.10. As agências não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução dos serviços previstos no presente Termo de Referência.

2.11. As agências atuarão de acordo com as solicitações do Município de Campos dos Goytacazes.



2.12. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do Item 2.2 deste Termo de Referência.

2.12.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no Item 2.2 deste Termo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

2.12.2. No caso do Item 2.12.1 deste Termo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

2.13. A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

3.1 - A Secretaria Municipal de Comunicação Social faz parte da estrutura, e conforme o Art. 19 da Lei Municipal Nº 9.605/2025, tem as seguintes atribuições:

I - planejar, executar e orientar a política de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes, objetivando a uniformização dos conceitos e procedimentos de comunicação;

II - executar as atividades de Comunicação Social do Gabinete do Prefeito;

III - coordenar a contratação dos serviços terceirizados de pesquisas, assessoria de imprensa, publicidade e propaganda da Administração Municipal;

IV - coordenar as atividades de Comunicação Social dos órgãos e entidades públicas da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes, centralizando a orientação das assessorias de imprensa dos órgãos e entidades públicas da Administração Municipal;

V - promover a divulgação de atos e atividades do Governo Municipal;

VI - promover, através de órgãos públicos, associações, imprensa, agências e outros meios, a divulgação de projetos de interesse do Município;



VII - coordenar e facilitar o relacionamento da imprensa com o Prefeito, os Secretários Municipais e demais autoridades da Administração do Município;

VIII - manter arquivo de notícias e comentários da imprensa do Estado sobre as atividades da Administração Municipal, para fins de consulta e estudo;

IX - coordenar, juntamente com os demais órgãos do Município, as informações e dados, cuja divulgação seja do interesse da Administração Municipal;

X - coordenar a divulgação de notícias sobre a Administração Municipal na internet, através do portal oficial da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes;

XI - coordenar a uniformização dos conceitos e padrões visuais com a aplicação dos símbolos municipais da Prefeitura Municipal e todas as Secretarias e órgãos vinculados;

XII - proceder, no âmbito do seu órgão, à gestão e ao controle financeiro dos recursos orçamentários previstos na sua unidade, bem como à gestão de pessoas e recursos materiais existentes, em consonância com as diretrizes e regulamentos emanados do Chefe do Poder Executivo;

XIII - exercer outras atividades correlatas.

3.2. A Prefeitura de Campos dos Goytacazes deve estabelecer diálogos com os destinatários de sua atividade, sendo o serviço de publicidade a maior ferramenta colocada à disposição da Administração Pública para assegurar informações aos cidadãos, no tempo e linguagem adequados, possibilitando, assim, que estes se munem de ferramentas para melhor avaliar e utilizar os programas e as ações de saúde. É fundamental que a população seja informada onde buscar e utilizar os serviços pertinentes a cada pasta.

3.3. Adequar as mensagens aos segmentos sociais com os quais se pretenda comunicar, sempre observado o caráter educativo, informativo ou de orientação social obrigatório à divulgação dos programas e projetos da área;

3.4. As campanhas e serviços de publicidade têm caráter educativo e informativo à população, tais como: Na Saúde: campanhas de vacinação, Combate ao Mosquito Aedes Aegypti, Raiva e Outubro Rosa, Novembro Azul, Amamentação, Hepatites, Disque Saúde, Prevenção contra o Uso de Drogas, Combate à Dengue, além de campanhas publicitárias como medida de assegurar o acesso à informação com relação a determinadas patologias, como no caso do Covid-19, Varíola do Macaco, entre outras. Na Educação: Volta às Aulas, Transporte Escolar, Matrícula, Prevenção de riscos e desastres dentro das escolas, Combate ao Bullying, Cursos Técnicos, Cursos Universitários. Trânsito e Transporte: Segurança no Trânsito, Respeito ao Ciclista, Direito dos Pedestres, Lei Seca. Ambiente: Educação Ambiental, Reflorestamento, Queimada é Crime, Semana do Meio Ambiente, Recolhimento correto de óleo, Descarte de Pneus, Descarte correto do Lixo, dentre outras campanhas também importantes, das áreas de esporte, cultura, turismo, impostos e taxas, limpeza urbana, social, econômica, dentre outras campanhas.



3.5. A comunicação da Prefeitura de Campos dos Goytacazes baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Município.

3.6. A publicidade dos atos, dos programas e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social.

3.7 – Da Composição do valor do contrato

A definição do valor a ser destinado à verba publicitária pela Administração Pública pode ser influenciada por diversos fatores, como a capacidade financeira e fiscal do ente público, o volume de demandas de comunicação institucional, decisões estratégicas dos órgãos envolvidos, entre outros. Como já destacado por Justen Filho (2020), a contratação publicitária envolve particularidades que a diferenciam de outras modalidades na Administração Pública, especialmente quanto à forma de remuneração da agência. Não há, portanto, um critério único e objetivo capaz de estabelecer previamente esse montante.

Apesar da impossibilidade de prever com exatidão as quantidades de produtos e serviços publicitários antes da contratação, é possível estimar valores com base em referências históricas e na previsão orçamentária. Com fundamento na Lei Orçamentária Anual (LOA) de 2025 do Município de Campos dos Goytacazes, e considerando os contratos anteriores, estima-se que o orçamento a ser investido em ações de publicidade institucional seja de até R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais). Os custos relacionados à criação e execução das peças serão mensurados com base na Tabela do SINAPRO, que orienta os preços praticados no setor publicitário. Para fins de demonstração da razoabilidade desse valor, apresenta-se uma estimativa detalhada dos custos mensais, com base em parâmetros técnicos e valores de mercado, que resultou em uma **estimativa do valor total mensal de R\$ 838.184,02**, justificando a previsão global de até R\$ 10.058.208,24 (dez milhões, cinquenta e oito mil, duzentos e oito reais e vinte e quatro centavos).

Nos últimos anos, os empenhos destinados à publicidade institucional foram os seguintes: em 2023, foi empenhado R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais); já em 2024, o valor foi de R\$ 1.947.222,29 (um milhão, novecentos e quarenta e sete mil, duzentos e vinte e dois reais e vinte e nove centavos). Ressalta-se que este último corresponde a um ano eleitoral e de restrições fiscais, o que naturalmente impacta o volume de contratações e despesas nessa área.

Observa-se atualmente um crescimento expressivo na demanda por serviços de publicidade institucional. Essa demanda tem sido impulsionada pela intensificação das ações de comunicação governamental e pela necessidade de ampliar a transparência das ações públicas junto à população. Campos dos Goytacazes, por sua vez, é um



município com extensa área territorial, significativa densidade populacional e relevante importância econômica na região, o que naturalmente demanda campanhas informativas mais amplas e frequentes. Soma-se a isso o impacto da inflação acumulada nos últimos anos, que elevou significativamente os custos de produção e veiculação de peças publicitárias.

Ao observarmos o município de Niterói (RJ), nota-se que, em 2023, foi realizada uma licitação no valor de R\$ 20,25 milhões anuais para serviços publicitários. Esse montante representa um aumento de 33% em relação à licitação realizada em 2017, que foi de R\$ 15 milhões — desconsiderando, inclusive, a correção inflacionária do período. Já o município de Campina Grande (PB), em abril de 2025, lançou uma licitação para serviços de publicidade no valor de R\$ 15 milhões, com vigência de 12 meses.

Com base nos valores praticados por municípios de porte semelhante, como Niterói e Campina Grande, a previsão orçamentária de R\$ 10 milhões para a licitação de publicidade institucional em Campos dos Goytacazes mostra-se proporcional e compatível com a realidade local. Ainda que ligeiramente inferior aos montantes estimados por essas cidades, o valor proposto reflete um planejamento responsável, adequado às demandas de comunicação institucional e à capacidade orçamentária do município.

Importante ressaltar que, conforme o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências do art. 25 da Lei nº 14.133/2021. Todavia, não se exige a apresentação de “orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários”, dada a inviabilidade de prever previamente a quantidade de peças e serviços a serem contratados. Isso se deve ao fato de que a produção publicitária depende diretamente das soluções criativas aprovadas ao longo da execução contratual, sendo que cada peça possui valor distinto, conforme previsto na tabela do SINAPRO.

Dessa forma, nas contratações dessa natureza, assume especial relevância a definição da dotação orçamentária e financeira disponível e compatível com o planejamento do órgão público, tendo em vista os elevados custos envolvidos na execução e veiculação de campanhas de publicidade institucional.

3.8. A presente contratação também observará as determinações e os ritos dispostos na Lei nº 12.232/2010 para a contratação de mais de uma agência de propaganda, observada a permissão do §3º do artigo 2º, que autoriza a adjudicação do objeto do contrato a mais de uma concorrente, sem a segregação de itens ou de contas publicitárias.

3.9. A definição pela contratação de mais de uma agência de propaganda considera o volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas às contratadas pelo MUNICÍPIO, com os recursos destinados para esse fim. A definição do número de agências também leva em consideração a dimensão, a quantidade e as características e especificidades dos serviços públicos ofertados pelas secretarias adjuntas, coordenadorias especiais e programas municipais, visando a necessidade de viabilizar um fluxo de trabalho que permita assegurar os resultados técnicos esperados pela administração.



3.10. Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos 02 (dois) contratos decorrentes da Licitação, a Contratante promoverá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada no Diário Oficial do Município, conforme Art. 2º, §4º da Lei Federal 12.232/2010.

3.11. - Dessa forma, no intuito de atender as atribuições designadas ao órgão, requer a contratação de **02 (duas) agências para prestação de serviços de publicidade**, sob demanda, conforme Itens 1. Preâmbulo e 2 – Do Objeto.

3.12. PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

3.1. Em atendimento às disposições da Lei nº 14.133/2021, a qual estabelece as novas diretrizes para as contratações públicas no âmbito federal, estadual e municipal, a Prefeitura de Campos dos Goytacazes reconhece a importância de elaboração e publicação do Plano de Contratações Anual (PCA), conforme o artigo 7º da referida legislação. Entretanto, a ausência do PCA até o presente momento se justifica por uma série de fatores que envolvem o processo de adaptação à nova legislação e as condições específicas da administração pública municipal.

3.2. A implementação da Lei nº 14.133/2021, que revogou a Lei nº 8.666/1993, exige a reestruturação dos processos internos e a adequação de sistemas, regulamentos e procedimentos administrativos. Nesse sentido, a Prefeitura de Campos está em fase de transição para garantir que os processos de contratação sigam os novos parâmetros estabelecidos, o que inclui a implementação do Plano de Contratações Anual. A ausência do PCA se deve, em grande parte, à necessidade de treinamento contínuo das equipes envolvidas e à adaptação dos fluxos internos de planejamento e execução de contratações.

3.3. A ausência do Plano de Contratações Anual neste momento é justificada pela complexidade do processo de adequação à Lei nº 14.133/2021, que envolve aspectos administrativos, orçamentários e tecnológicos. A Prefeitura de Campos está comprometida em concluir a elaboração do PCA com a maior brevidade possível, garantindo que o planejamento de contratações para os próximos exercícios esteja em conformidade com a nova legislação e de acordo com as necessidades reais da administração pública municipal.

3.4. Diante do exposto a pretendida contratação está prevista na Lei Orçamentária Anual (LOA), instrumento legal que detalha as receitas (previsão de recursos) que o governo irá arrecadar e fixa os gastos e despesas para o ano seguinte.

4. FONTE DE RECURSOS

4.1. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - 2025, nas seguintes funcionais programáticas:

4.1.1. Publicidade Institucional - Programa de Trabalho nº 04.122.0095.1161.0000; Natureza da Despesa 3.3.90.39.90; Fonte: 1.720.



5. TIPO DE LICITAÇÃO / REGIME DE EXECUÇÃO / CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

5.1. Quanto ao tipo de licitação, será considerado o art. 36, da Lei Federal nº 14133/2021, julgamento por melhor técnica e preço, pelo fato da publicidade ser um serviço de natureza predominantemente intelectual, como é o presente caso, ao tempo em que o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica ou “técnica e preço”.

5.1.1. Entende-se pertinente adotar a “melhor técnica e preço”, considerando que as notas das Propostas Técnicas terão peso 70 (setenta) e as notas da Proposta de Preços terão peso 30 (trinta), conforme art. 36, §2º da Lei 14133/2021.

5.2. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

5.3. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Com base no inciso II do art. 28 da Lei nº 14133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade **CONCORRÊNCIA**.

5.4. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

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

6. ESTIMATIVA ORÇAMENTÁRIA

6.1. Valor: : **R\$ 10.058.208,24** (dez milhões, cinquenta e oito mil, duzentos e oito reais e vinte e quatro centavos).

6.2. O valor indicado no item acima, de : **R\$ 10.058.208,24 (dez milhões, cinquenta e oito mil, duzentos e oito reais e vinte e quatro centavos)**, é o valor máximo a ser pago a **CONTRATADA** durante a execução do Contrato.

7. DOS PRAZOS



7.1. O prazo de validade das propostas será de 60 (sessenta) dias corridos a contar da data de entrega das mesmas.

7.2. O prazo de execução será de 12 (doze) meses contados a partir da assinatura do contrato.

7.2.1. O contrato poderá a critério do contratante, mediante termo aditivo, ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos moldes do art. 106 e 107, da Lei 14.133/2021, sendo respeitado os índices de reajuste, quando solicitados.

7.3. Uma vez adjudicado o objeto da licitação, as licitantes vencedoras receberão a notificação contendo o local para assinatura do Contrato.

7.4. Na hipótese da Secretaria Municipal de Comunicação Social não assinar o Contrato com a empresa vencedora ou com outra, na ordem de classificação, no prazo de 60 (sessenta) dias da data de entrega das propostas, as Licitantes ficarão liberados de quaisquer compromissos assumidos.

7.5. Os motivos de força maior que possam vir a justificar a suspensão da contagem do prazo estabelecido no Edital, somente serão considerados quando apresentados, por escrito, nas devidas épocas das ocorrências imprevistas.

7.6. Não será levado em consideração qualquer pedido de suspensão da contagem do prazo, quando baseado em fatos não comunicados à Secretaria Municipal de Comunicação Social e/ou por esta não aceitos, nas épocas das respectivas ocorrências.

7.7. No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no Art. 125 da Lei 14.133/2021.

7.8. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

8. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

8.1. A Licitação de que trata o presente Termo de Referência será processada e julgada por **Comissão de Contratação**, formada pelos membros designados pelo Chefe do Executivo, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, nos termos do art. 10º da Lei Federal nº 12.232/2010.

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



8.2.1. Um terço dos membros da Subcomissão não poderá manter qualquer vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Secretaria Municipal de Comunicação Social ou com o Município de Campos dos Goytacazes.

8.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Secretaria Municipal Adjunta de Governo, conforme o Art 10, §1º e §2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 8.3 será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

8.3.2. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Secretaria Municipal de Comunicação Social ou com o Município de Campos dos Goytacazes, nos termos dos subitens 8.2, 8.2.1 e 8.3.

8.3.3. A relação prevista no subitem 8.3 conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Secretaria Municipal de Comunicação Social ou o Município de Campos dos Goytacazes.

8.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 8.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão. O interessado que desejar impugnar pessoa integrante da relação deverá entrar com processo junto ao Protocolo Geral da Prefeitura de Campos dos Goytacazes, situado na Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, 47 – Parque Santo Amaro, Campos dos Goytacazes/RJ, com razões escritas, de segunda a sexta-feira, de 09:00 as 17:00 horas.

8.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

8.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto nos subitens anteriores.

8.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 8.3.

8.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo



previsto no subitem 8.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

8.4. A Comissão de Contratação poderá ser assessorada tecnicamente, cabendo aos assessores emitir pareceres quando por ela solicitados.

9. DOS INVÓLUCROS DA DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA E DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. Os documentos de proposta técnica e propostas de preços de cada Licitante serão entregues à Comissão de Contratação em invólucros nº 01, nº 02, nº 03 e nº 04, conforme os subitens 10.1.1, 10.1.2, 10.1.3 e 10.1.4, em data, hora e local estabelecidos em EDITAL.

INVÓLUCRO Nº 1

9.1.1. No **Invólucro nº 01** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que trata o item 1 do **Anexo IV** deste Termo de Referência – Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Secretaria Municipal de Comunicação Social ou Comissão de Contratação.

9.1.1.2. O invólucro padronizado deverá ser retirado pelas interessadas de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h, na Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, 47 – Parque Santo Amaro, Campos dos Goytacazes/RJ, Campos dos Goytacazes/RJ, sala da Comissão de Contratação, em data, hora e local estabelecidos em EDITAL.

9.1.1.3. Para preservar – até a abertura do invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, **o invólucro nº 1 não poderá:**

- a) Ter qualquer identificação;
- b) Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

9.1.1.4. O Invólucro nº 01 deverá estar **sem fechamento e sem rubrica**, para preservar o sigilo quanto à sua autoria, até a abertura do Invólucro nº 2.

INVÓLUCRO Nº 2



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

9.1.2. No **Invólucro nº 02** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** e terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

9.1.2.1. O invólucro nº 02 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2025
INVÓLUCRO Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA:
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
VIA IDENTIFICADA
RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE

9.1.2.2. O invólucro nº 02 deverá ser providenciado pelas licitantes e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 3

9.1.3. No **invólucro nº 03** deverão estar acondicionados os documentos pertinentes à **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam o **Anexo IV** do Termo de Referência – Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica.

9.1.3.1. O invólucro nº 03 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2025
INVÓLUCRO Nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA:
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE

9.1.3.2. O invólucro nº 03 deverá ser providenciado pelas licitantes e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.3.3. O invólucro nº 03 **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 02.

INVÓLUCRO Nº 4



9.1.4. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada no **invólucro nº 04**.

9.1.4.1. O invólucro nº 04 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2025
INVÓLUCRO Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS:
RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE

9.1.4.2. O invólucro nº 04 será providenciado pelas licitantes e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme modelo apensado no **Anexo I** deste Termo de Referência, elaborada em papel timbrado da agência.

9.3. As licitantes deverão apresentar, como anexo da proposta de preços, a Declaração de Elaboração Independente de Proposta, nos termos do **Anexo III** deste Termo de Referência”.

9.4. Após a entrega dos invólucros, a Comissão de Contratação **não aceitará**, em nenhuma hipótese, a substituição ou anexação de qualquer novo documento por parte das Licitantes, salvo os documentos de esclarecimentos que forem, eventualmente, solicitados pela mesma, na forma estabelecida neste Termo de Referência.

9.5. Durante o período compreendido entre a data da entrega dos Invólucros "Documentos de Proposta Técnica", "Proposta de Preços" e posteriormente "Documentos de Habilitação" até a adjudicação do serviço, o **MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES não atenderá às licitantes individualmente para tratar de assuntos referentes à licitação**. A Secretaria Municipal de Comunicação Social, em caso de necessidade, convocá-las-á para esclarecimentos que eventualmente se fizerem necessários, conforme subitem anterior.

10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica, elaborada de acordo com as informações constantes do **Briefing – Anexo VI** deste Termo de Referência, estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos abaixo:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos)	I. Raciocínio Básico (10 pontos)
	II. Estratégia de Comunicação (20 pontos)



	III. Ideia Criativa (20 pontos)
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)
2. Capacidade de Atendimento (15 pontos)	
3. Repertório (10 pontos)	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)	

10.1.1. A forma de apresentação da Proposta Técnica e seu conteúdo deverão obedecer ao especificado no **Anexo IV** deste Termo de Referência.

10.1.2. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos ou expressões de uso corrente, e deverá ser elaborada com clareza, sem emendas, ressalvas ou rasuras e com páginas numeradas sequencialmente por quesito.

10.1.3. As páginas deverão ser rubricadas e assinadas na última, por representante legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.1.4. A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da Licitante para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido no Edital ensejará a desclassificação da Proposta.

10.1.5. As Propostas Técnicas serão analisadas pela Subcomissão Técnica sendo as notas atribuídas devidamente justificadas, considerando-se os critérios estabelecidos no **Anexo V** deste Termo de Referência.

11. DA REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIAS

11.1 Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

11.1.1 A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato), nos termos do item 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP. (máximo de 10% e mínimo de 5%).

11.1.2 A CONTRATADA fará jus a honorários de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos de serviços e suprimentos externos, orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pela Contratada, nos termos do item 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.



11.1.2.1 Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a, no mínimo, 3 (três) fornecedores especializados, aprovados previamente pelo PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES.

11.1.3 A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

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

II) à reimpressão de peças publicitárias. **(máximo de 10% e mínimo de 5%).**

11.1.3.1 Para fins do disposto no inciso II do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

11.1.4 A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965. **(máximo de 10% e mínimo de 5%).**

11.1.5 A CONTRATADA fará jus a honorários de 35% (trinta e cinco por cento), sobre a Lista de Custos Referencial de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ), como remuneração pelos custos dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência referente a peças publicitárias **NÃO** destinadas a veiculação em qualquer mídia geradora do “Desconto-Padrão de Agência”.

11.2 Os honorários de que tratam os subitens 11.1.1, 11.1.2, 11.1.3, 11.1.4 e 11.1.5 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

11.3 A **CONTRATADA** não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, nos termos da alínea ‘c’ do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, cuja distribuição PROPORCIONE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.



b) 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 a este contrato.

11.4 Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

11.4.1 Quando houver a autorização excepcional da **CONTRATANTE** para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

11.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

11.6 A Nota da Proposta de Preço (NPP) será apurada conforme a metodologia específica nos subitens seguintes.

11.6.1. A Comissão de Contratação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Honorários	Pontos (P)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no subitem 11.1.1.	$P1 = 1,0 \times (\text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no subitem 11.1.3	$P2 = 1,0 \times (\text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no subitem 11.1.4	$P3 = 1,0 \times (\text{Honorários})$
Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, o termo "honorários" será substituído nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

11.6.2 A NPP responderá a soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes na tabela referida no subitem 11.6.1, como segue:

$$NPP = P1 + P2 + P3$$

11.6.3. Será considerada como Melhor Proposta de Preços a licitante que obtiver o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço.



11.6.4. Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

Pontos	Percentual de honorários
100	Menor % de honorário
98	Segundo menor % de honorário
96	Terceiro menor % de honorário
94	Quarto menor % de honorário
92	Quinto menor % de honorário
90	Demais % de honorário

11.6.5. Caso mais de 1 (uma) licitante obtenha o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço, estas receberão a mesma pontuação e assim sucessivamente.

11.6.6. Serão desclassificadas as propostas apresentadas com valor inferior a 5% (cinco) por cento e superior a 10 (dez) por cento para os itens 11.1.1, 11.1.3 e 11.1.4.

12. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

12.1 Além da remuneração prevista no item anterior, A **CONTRATADA** fará jus ao “Desconto-Padrão de Agência” de 20% (vinte por cento) em conformidade as Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), concedido pelos veículos de divulgação, de acordo com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

12.1.1 O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010 e de acordo com o item 2.5 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

13. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

Primeira Sessão

13.1. Os Invólucros com as Propostas Técnicas (Invólucros nº 01 a 03) e as Propostas de Preços (Invólucro nº 04) serão entregues à Comissão de Contratação, em sessão pública, na data, local e horário determinados em Edital.



13.2. Os representantes legais das Licitantes, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a Lista de Presença, após o que será declarada aberta a reunião.

13.3. É vedada a participação, na sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e Comercial, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

13.4. Os invólucros padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não serão recebidos pela Comissão de Contratação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta, lacrados ou qualquer outro elemento capaz de identificar a Licitante.

13.5. É vedado o lançamento de qualquer código, sinal ou marca nos Invólucros padronizados ou nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

13.5.1. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Invólucro nº 1) que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

13.6. Recebidos os Invólucros, a Comissão de Contratação retirará o conteúdo do Invólucro nº 01 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada e abrirá o Invólucro nº 03 – Proposta Técnica - Conjunto de Informações. As propostas serão rubricadas pelos seus respectivos membros e pelos representantes das Licitantes presentes à sessão, facultada a designação de um deles para representar todas as Licitantes.

13.6.1. O Invólucro nº 02 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada e o Invólucro nº 04 – Proposta de Preço, permanecerão lacrados em poder da Comissão de Contratação e deverão ser rubricados no fecho por seus membros e pelos Representantes Legais presentes.

13.7. Os Invólucros abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

13.8. A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Invólucro nº 01) e do Conjunto de Informações (Invólucro nº 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Termo de Referência, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto nos subitens 10.1.1.1, 10.1.1.3 e 10.1.1.4

13.9. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão de Contratação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.



13.9.1. A Subcomissão Técnica justificará os pontos concedidos em cada item do critério de avaliação;

Segunda Sessão

13.10. Recebidas as atas de julgamento, a Comissão de Contratação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) Abertura do Invólucro nº 02 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) Verificação da Pontuação Total obtida pelas agências, conforme critérios estabelecidos no **Anexo V**.
- d) Elaboração de planilha com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se o resultado final do julgamento geral da Proposta Técnica.
- e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.
- e.1) O resultado do julgamento geral da Proposta Técnica será publicado no Diário Oficial do Município, indicando as licitantes desclassificadas e as classificadas, em ordem decrescente de pontuação.

13.11. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 3 (três) dias úteis contados da data de sua publicação.

13.12. O recurso que cause alteração da classificação enseja a republicação do resultado e reabre o prazo recursal.

13.13. Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.

13.14. Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão de Contratação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à abertura do Invólucro nº 04 com as Propostas de Preços das licitantes classificadas na fase anterior.

Terceira Sessão

13.15. Na sessão de abertura dos Invólucros nº 04 – Propostas de Preços – as agências cujas Propostas Técnicas foram desclassificadas terão seus



Invólucros nº 04 devolvidos fechados, mediante recibo específico a ser anexado ao processo, procedendo-se em seguida à abertura dos Invólucros nº 4 das agências classificadas.

13.16. Uma vez abertos os Invólucros nº 04 das agências classificadas, as Propostas de Preços e seus anexos serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelos representantes, legais ou credenciados, presentes e serão analisadas conforme as condições estabelecidas no item abaixo:

13.17. A Comissão de Contratação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Honorários	Pontos (P)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no Item 1 da Proposta de Preços	$P1 = 1,0 \times (\text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no no Item 2 da Proposta de Preços	$P2 = 1,0 \times (\text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no Item 3 da Proposta de Preços	$P3 = 1,0 \times (\text{Honorários})$
Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, o termo "honorários" será substituído nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

13.17.1 A NPP responderá a soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes na tabela referida no subitem 11.6.1, como segue:

$$NPP = P1 + P2 + P3$$

13.17.2. Será considerada como Melhor Proposta de Preços a licitante que obtiver o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço e assim sucessivamente.

13.17.3. Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

Pontos	Percentual de honorários
100	Menor % de honorário
98	Segundo menor % de honorário
96	Terceiro menor % de honorário
94	Quarto menor % de honorário
92	Quinto menor % de honorário
90	Demais % de honorário



13.17.4. Caso mais de 1 (uma) licitante obtenha o menor preço na soma da NPP - Nota da Proposta de Preço, estas receberão a mesma pontuação e assim sucessivamente.

13.17.5. Serão desclassificadas as propostas apresentadas com valor inferior a 5% (cinco) por cento e superior a 10 (dez) por cento para os itens 11.1.1, 11.1.3 e 11.1.4.

13.18. DA CLASSIFICAÇÃO DAS LICITANTES

13.18.1. O cálculo da Pontuação Final (PF) das licitantes será de acordo com a média ponderada da Nota da Proposta Técnica (NPT) e da Nota da Proposta de Preços (NPP), sendo obtida através da fórmula abaixo:

$$PF = (NPT \times 0,70) + (NPP \times 0,30)$$

PF = Pontuação final

NPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NPP = Pontuação relativa à proposta de preço

13.18.2. A Comissão de Contratação elaborará a ordem de classificação das agências com a devida divulgação do resultado.

13.18.3. Serão vencedoras desta concorrência as 02 (duas) licitantes quem tenham obtido a maior Pontuação Final (PF).

13.18.4. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

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

13.18.5. Persistindo ainda assim o empate, a decisão será feita por sorteio público, em modalidade e data a serem definidas pela Comissão de Contratação.

13.19. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas de Preços, no prazo de 3 (três) dias úteis contados da data de sua publicação ou da lavratura da ata, quando presente todas as licitantes.

13.20. O recurso que cause alteração da classificação enseja a republicação do resultado e reabre o prazo recursal.

13.21. Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.

13.22. Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão de Contratação convocará sessão pública,



com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apresentação do Invólucro nº 05 – Documentos de Habilitação pelas LICITANTES classificadas no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nesse Termo de Referência.

Quarta Sessão

13.23. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.24. Encerrado o prazo para a interposição de recurso em face do resultado final do julgamento das propostas, as licitantes classificadas serão convocadas pela Comissão de Contratação para apresentação dos documentos de habilitação.

13.25. A Comissão de Contratação solicita que as licitantes apresentem toda a documentação de habilitação com as folhas numeradas ressaltando que eventual falta de numeração, não será motivo de inabilitação.

13.26. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado; ou

III – cópia simples.

13.27. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

13.28. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

14. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;



b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

15. DA FISCALIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO

15.1. 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.

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

15.3. 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.

15.4. Os recebimentos provisório e definitivo serão realizados na forma do artigo 140, inciso I, letra a da Lei Federal nº 14133/2021, observadas as demais condições previstas neste Termo de Referência, para o recebimento do objeto.

15.5. A Secretaria Municipal de Comunicação Social nomeará 01 (um) gestor e 03 (três) fiscais para executar o acompanhamento e a fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência e registrar, caso ocorra, ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção.

15.6. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

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

15.6.2. No caso do item 15.6.1, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

15.7. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de



preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

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

16. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

16.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao MUNICÍPIO para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: Razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. A declaração deverá ser acompanhada de documento original, conforme artigo 3º, inciso II, da Lei Federal nº 13.726/2018;

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

16.1.1.1. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 16.1.1 acima.

16.2. A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 16.1.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

16.3. A agência de propaganda não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 16.1.1.1 aos interesses do MUNICÍPIO, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

16.4. O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em



que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no art. 156 da Lei Federal nº 14133/2021, nesse Termo de Referência, no Edital de Licitação e no Contrato.

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

16.6. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**.

16.7. A execução do contrato de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência dar-se-á em total conformidade com os termos e as condições estabelecidas no Termo de Referência, Edital, Licitação e no respectivo instrumento contratual.

16.7.1. A juízo do contratante, a campanha publicitária da proposta vencedora da licitação que deu origem ao contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída, com ou sem modificações, na sua vigência.

17. DA RESPONSABILIDADE

17.1. A CONTRATADA é responsável por danos causados ao Município de Campos dos Goytacazes ou a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo na execução do contrato, não excluída ou reduzida essa responsabilidade pela presença de fiscalização ou pelo acompanhamento da execução por órgão da Administração.

17.2. A CONTRATADA é responsável por encargos trabalhistas, inclusive decorrentes de acordos, dissídios e convenções coletivas, previdenciários, fiscais e comerciais oriundos da execução do contrato, podendo o Município, a qualquer tempo, exigir a comprovação do cumprimento de tais encargos, como condição do pagamento dos créditos da CONTRATADA.

17.3. A CONTRATADA se obriga a cumprir as determinações da Lei nº 6514 de 22 de dezembro de 1977 e da Portaria nº 3214 de 08 de julho de 1978 e suas Portarias Modificadoras, que aprovam as Normas Regulamentadoras do Capítulo V, título II, da CLT, relativas à Segurança e Medicina do Trabalho.

18. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

18.1 Os pagamentos serão efetuados pelo **Município de Campos dos Goytacazes**, em moeda corrente nacional, **em 30 dias**, contados da emissão do Termo de Recebimento Definitivo dos materiais/serviços, na forma do item 21.



18.1.1. O pagamento só será liquidado após a data de emissão do Termo de Recebimento Definitivo e a comprovação de regularidade fiscal junto ao INSS e ao FGTS;

18.2 A Contratada não poderá suspender o cumprimento de suas obrigações e deverá tolerar possíveis atrasos de pagamento.

18.3 Nos casos de atraso no pagamento por culpa da contratante, o valor devido será acrescido de taxa de 0,5% ao mês, calculado pro rata die entre o 31º (trigésimo primeiro) dia da data do adimplemento da obrigação e a data do efetivo pagamento. No caso de antecipação do pagamento, o valor devido sofrerá desconto à taxa de 0,5% ao mês, calculado pro rata die entre a data do efetivo pagamento e o 30º (trigésimo) dia da data do adimplemento da obrigação.

18.4 A contratante estará eximida de cumprir os itens relativos às compensações financeiras nos casos em que a contratada houver concorrido direta ou indiretamente para a ocorrência do atraso.

19. DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

19.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

19.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

19.1.2. Quanto à Estrutura de Atendimento das Contratadas, caso as empresas vencedoras que não possuírem sede no município de Campos dos Goytacazes-RJ deverão, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da assinatura do contrato, providenciar e manter uma estrutura física de atendimento na cidade, com a designação de, no mínimo, um preposto devidamente qualificado. Esta exigência fundamenta-se na necessidade de assegurar a pronta resposta às demandas, a participação efetiva em reuniões estratégicas e a coordenação eficaz das ações, elementos cruciais para a qualidade e a agilidade na entrega dos serviços, mitigando riscos de falhas de comunicação e atrasos que poderiam comprometer a execução do objeto contratual. A não observância desta condição poderá ensejar as sanções contratuais cabíveis.

19.1.3. Com vistas a garantir a excelência na prestação dos serviços e a otimização do relacionamento com a Secretaria Municipal de Comunicação Social, além da estrutura de atendimento e do preposto estabelecidos no item 19.1.2, as contratadas deverão dispor de uma equipe mínima de profissionais com as qualificações e experiências abaixo descritas. Ressalta-se que, com exceção do preposto, os demais profissionais poderão exercer suas funções de forma remota, utilizando os recursos digitais disponíveis, desde que assegurem a comunicação eficaz e a pronta resposta às demandas do MUNICÍPIO, sem prejuízo à qualidade e agilidade dos serviços prestados:

19.1.4. 01 (um) profissional de atendimento, com experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;

19.1.5. 01 (um) profissional de criação, nível sênior, com experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;



19.1.6.01 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;

19.1.7.01 (um) profissional de mídia, com experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área; e

19.1.8.01 (um) profissional de análise de dados (business Intelligence), com experiência mínima comprovada a partir de 3 (três) anos na área.

19.1.9. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo MUNICÍPIO.

19.1.10. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao MUNICÍPIO.

19.1.11. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao MUNICÍPIO as vantagens obtidas.

19.1.12. Pertencem ao MUNICÍPIO as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

19.1.13. O disposto do subitem 19.1.12. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

19.1.14. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao MUNICÍPIO caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

19.1.15. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

19.1.16. O desrespeito ao disposto no subitem 19.1.14. constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas **neste Termo de Referência, no EDITAL, no Contrato e na Legislação de Regência.**



19.1.17. Negociar sempre as melhores condições de preço, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do MUNICÍPIO.

19.1.18. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao MUNICÍPIO:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

III - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

19.1.19. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO.

19.1.19.1. O MUNICÍPIO procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, utilizando para isso pesquisas junto ao mercado pretendido.

19.1.19.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do MUNICÍPIO.

19.1.19.3. Se e quando julgar conveniente, a Secretaria Municipal de Comunicação Social poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

19.1.19.4. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições relacionadas ao desconto de agência para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

19.1.19.5. As disposições dos subitens 19.1.18 a 19.1.19.4 não se aplicam à compra de mídia.



19.1.20. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do MUNICÍPIO.

19.1.20.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

III – Possuam em seu quadro de pessoal, servidores, empregados públicos ou dirigentes do Município de Campos dos Goytacazes, ou empregado que tenha sido, nos últimos 180 (cento e oitenta) dias, ocupante de cargo, emprego ou função no Município.

19.1.21. Obter a aprovação prévia do MUNICÍPIO, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

19.1.21.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do MUNICÍPIO, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

19.1.22. Apresentar ao MUNICÍPIO, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

19.1.23. Apresentar ao MUNICÍPIO, como alternativa ao subitem 19.1.22, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 2.2, Inciso I, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

19.1.23.1. O estudo de que trata o subitem 19.1.23 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do MUNICÍPIO, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

19.1.23.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 20.1.12.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.



19.1.23.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, em caso de prorrogação, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

19.1.23.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 19.1.23, ao MUNICÍPIO solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

19.1.24. Encaminhar, sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga, nos seguintes formatos:

a) **TV e Cinema:** cópias em pen-drive e/ou arquivos digitais;

b) **Internet:** cópias em pen-drive;

c) **Rádio:** cópias em pen-drive, com arquivos digitais;

d) **Mídia impressa e material publicitário:** cópias em pen-drive, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

19.1.24.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo pen-drive, caso atenda à solicitação do MUNICÍPIO.

19.1.25. Prestar os seguintes serviços ao MUNICÍPIO, a suas expensas:

a) instituição e manutenção de acervo da propaganda do MUNICÍPIO, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) criação e manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

19.1.25.1. A CONTRATADA reunir-se-á com o MUNICÍPIO, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, para apresentar proposta para o acervo virtual, compreendendo, por exemplo, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

19.1.25.1.1. Para a elaboração da proposta a agência deve considerar que o acervo virtual deverá estar funcionando no prazo de 60 (sessenta) dias, contado da assinatura deste contrato.



19.1.25.1.2. Aprovada pelo MUNICÍPIO a proposta passará a integrar o contrato, ressalvado que as partes poderão promover ajustes, sempre que necessários à manutenção do acervo.

19.1.25.2. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e ao MUNICÍPIO reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

19.1.26. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto nos subitens 19.1.24 e 19.1.25.

19.1.27. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo MUNICÍPIO.

19.1.27.1. O material a ser utilizado na distribuição só será distribuído após sua aprovação pelo MUNICÍPIO.

19.1.28. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do MUNICÍPIO, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

19.1.29. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome do MUNICÍPIO, sem sua prévia e expressa autorização.

19.1.30. Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

19.1.31. Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.

19.1.32. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

19.1.34. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.



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

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

19.1.37. Apresentar, quando solicitado pelo MUNICÍPIO, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

19.1.38. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e ao próprio MUNICÍPIO.

19.1.39. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do MUNICÍPIO.

19.1.40. Responder perante ao MUNICÍPIO e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

19.1.41. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para ao MUNICÍPIO.

19.1.42. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

19.1.42.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o MUNICÍPIO e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao MUNICÍPIO as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.



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

19.1.44. Informar ao MUNICÍPIO os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada parcela ou ordem bancária de pagamento emitida pelo MUNICÍPIO e encaminhar relatório com cópias dos pagamentos até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

20. DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

20.1. Constituem obrigações do MUNICÍPIO, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

20.1.1. Promover, na forma do art. 25 da Lei Federal n.º 14.133/2021, o acompanhamento e a fiscalização da execução do objeto do Termo de Referência. A existência de fiscalização da Contratante de modo algum atenua ou exime a responsabilidade da Contratada por qualquer vício ou defeito na execução do contrato.

20.1.2. Notificar, por escrito, à Contratada sobre eventuais irregularidades encontradas no fiel cumprimento de suas obrigações, observando os prazos para adequação.

20.1.3. O Contratante se reserva o direito de solicitar os serviços ora contratados, na sua totalidade ou parcialmente, de acordo com a sua necessidade e conveniência.

20.1.4. Efetuar os pagamentos devidos à Contratada pelos serviços efetivamente executados e faturados, nas condições estabelecidas no contrato.

20.1.5. A juízo do MUNICÍPIO, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem ao contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

21. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE DO SERVIÇO

21.1 Executado o serviço e estando o mesmo em condições de ser recebido, a contratada deverá comunicar à Fiscalização, por escrito e dentro do prazo de 5 (cinco) dias, a fim de que seja realizado o Recebimento Provisório / Vistoria para fins de recebimento.

21.1.1. O recebimento provisório será realizado pelo fiscal técnico, fiscal administrativo, fiscal setorial ou equipe de fiscalização, nos seguintes termos: elaborar relatório circunstanciado, em consonância com as suas atribuições, contendo o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato e demais documentos que julgarem necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo; No caso os PIs (Pedidos de Inserção de mídias), as OS (Ordens de Serviço), Orçamentos de Serviços, Tabelas de Veiculação, Notas Fiscais, Comprovantes de Veiculação e dos Serviços Prestados.



21.2 A emissão da comunicação estabelecida no item 21.1 fora do prazo estabelecido caracterizará atraso, sujeitando a contratada às penalidades cabíveis.

21.3 No prazo máximo de 10 (dez) dia contados após o término do serviço, será efetuada Vistoria pela Fiscalização, com vista ao Recibo Definitivo.

21.4 Em caso de constatação local da não finalização dos serviços e da existência de parcelas ainda não executadas/fornecidas, não será reconhecido efeito à comunicação estabelecida no item 21.1, o que implicará não recebimento do serviço e na caracterização de atraso, caso ultrapassado o prazo contratual.

21.5 Havendo indicações de pendências, será concedido prazo, limitado a 20 (vinte) dias contados da Vistoria, a fim de efetuarem-se as correções necessárias.

21.6 Sanadas as pendências, após nova comunicação escrita da Contratada, será efetuada Vistoria Final e, verificada a perfeita adequação do serviço aos termos do Termo de Referência, será emitido o Recibo Definitivo, após aquela comunicação.

21.6.1. O recebimento definitivo pelo gestor do contrato, ato que concretiza o ateste da execução dos serviços, obedecerá às seguintes diretrizes: realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização técnica e administrativa e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à contratada, por escrito, as respectivas correções.

21.6.2. As parcelas mensais deverão vir acompanhadas de Relatório de Execução do Contrato, documento complementar ao atesto da nota fiscal no qual será emitido parecer sobre o fornecimento/serviço prestado. Serão acompanhados da Nota Fiscal, orçamentos e/ou tabela de preços e comprovantes dos serviços prestados e/ou comprovantes de veiculação.

21.7 O não cumprimento do prazo a que se refere o item 21.5 caracterizará atraso, sujeitando-se a Contratada às penalidades cabíveis.

21.8 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução referente à produção, veiculação ou à distribuição considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o MUNICÍPIO.

22 DO REAJUSTE

22.1 Os preços que vierem a ser pactuados em decorrência desta licitação serão fixos e irreajustáveis, pelo período de 01 (um) ano, a contar da data de apresentação da proposta, podendo ser reajustado a partir desta data, e assim, a cada período de um ano contado do último reajuste, desde que requerido pela CONTRATADA e caso se verifique hipótese legal



que autorize o reajustamento, utilizando-se a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), instituído pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

22.2 No caso de revalidação da proposta por parte da licitante, será considerado como termo inicial para efeitos de reajuste a data da efetiva revalidação;

22.3 A CONTRATADA não terá direito ao reajuste a que alude o subitem anterior, para a etapa do serviço que sofrer atraso em consequência da ação ou omissão motivada pela própria CONTRATADA, e também da que for executada fora do prazo sem que tenha sido autorizada a respectiva prorrogação.

22.4 No caso de reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno de um ano deve considerar a data do último reajuste concedido.

22.5 Os efeitos financeiros do reajuste ocorrerão somente em relação aos itens que o motivaram e aos saldos quantitativos porventura existentes.

22.6 Os reajustes a CONTRATADA fizer jus e não forem solicitados durante a vigência do contrato e até a data de aniversário da proposta ou até a data do último reajuste concedido, conforme o caso, bem como após a celebração do termo aditivo ou do encerramento do contrato, serão objeto de preclusão.

23 REPACTUAÇÃO DE PREÇOS

23.1 Poderá ser realizada a repactuação dos preços propostos pela CONTRATADA, nos termos do artigo 135, §3º e §6º da Lei Federal 14133/2021, para manutenção do equilíbrio econômico-financeiro, mediante demonstração analítica da variação dos custos contratuais.

23.2 A repactuação será precedida de solicitação do contratado, acompanhada de demonstração analítica da variação dos custos, por meio de apresentação da planilha de custos e formação de preços, ou do novo acordo, convenção ou sentença normativa que fundamenta a repactuação.

24 DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

24.1 Para a execução do objeto deste Termo de Referência, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma a ele não relacionada, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

25 CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

25.1 Segue abaixo cronograma físico-financeiro **estimado** para o período de 12 (doze) meses.

OBJETO	MÊS	VALOR ESTIMADO
Contratação de 2 (duas) agências para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, 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 de competência do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES aos veículos e demais meios de divulgação.	1	R\$ 838.184,02
	2	R\$ 838.184,02
	3	R\$ 838.184,02
	4	R\$ 838.184,02
	5	R\$ 838.184,02
	6	R\$ 838.184,02
	7	R\$ 838.184,02
	8	R\$ 838.184,02
	9	R\$ 838.184,02
	10	R\$ 838.184,02
	11	R\$ 838.184,02
	12	R\$ 838.184,02
TOTAL		R\$ 10.058.208,24

26. ANEXOS

26.1. Todos os anexos abaixo citados são partes integrantes do presente Termo de Referência, para todos os efeitos legais:

Anexo I - Modelo de Proposta de Preços;

Anexo II - Modelo de Credenciamento;

Anexo III - Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

Anexo IV - Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica;

Anexo V - Processamento e Julgamento das Propostas Técnicas;

Anexo VI - Briefing;

Anexo VII - Solicitação do Invólucro Padronizado – Via Não Identificada;

Campos dos Goytacazes, 23 de setembro de 2025

Elaborado por

Isabella Lauro Teles

Coordenadora Administrativa

Matrícula 42.775



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

À vista das informações contidas nestes autos e com observância às normas vigentes,
APROVO o presente Termo de Referência,

Gustavo Matheus de Oliveira Santos

Ordenador de Despesa

Matrícula 41.752



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

ANEXO I MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

LICITAÇÃO POR CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2025

OBJETO: "CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA"

EMPRESA:

INSCRIÇÃO MUNICIPAL:

INSCRIÇÃO NO CNPJ:

ENDEREÇO:

TELEFONE:

FAX:

E-MAIL:

BANCO:

AGÊNCIA:

CTA. CORRENTE:

Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Proposta.

ITEM	SERVIÇOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
1	A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material quando a responsabilidade da Agência <u>limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento</u> (referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato), <u>nos termos do item 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP</u> . (máximo de 10% e mínimo de 5%).	% (..... por cento)
2	A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes: I) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; II) à reimpressão de peças publicitárias. (máximo de 10% e mínimo de 5%).	% (..... por cento)
3	A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, <u>referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária</u> , destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965. (máximo de 10% e mínimo de 5%).	% (..... por cento)

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar o Contrato no prazo estabelecido pelo PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES e declaramos que aceitamos os honorários propostos no Termo de Referência e no EDITAL, descritos assim:



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

A) A CONTRATADA fará jus a honorários de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos de serviços e suprimentos externos, orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pela Contratada, nos termos do item 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

A.1) Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a, no mínimo, 3 (três) fornecedores especializados, aprovados previamente pela PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES.

B) Honorários de 35% (trinta e cinco por cento), sobre a Lista de Custos Referencial de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ), como remuneração pelos custos dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência referente a peças publicitárias NÃO destinadas a veiculação em qualquer mídia geradora do “Desconto-Padrão de Agência”.

A CONTRATADA não fará jus:

A) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, nos termos da alínea ‘c’ do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, cuja distribuição PROPORCIONE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

B) 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 a este contrato.

C) Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

DESCONTO DE AGÊNCIA

A) Além da remuneração prevista no item anterior, A CONTRATADA fará jus ao “Desconto-Padrão de Agência” de 20% (vinte por cento) em conformidade as Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), concedido pelos veículos de divulgação, de acordo com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

A.1) O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010 e de acordo com o item 2.5 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

Rio de Janeiro, _____ de _____ de 2025.

Assinatura e Carimbo do Representante Legal da Licitante



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

ANEXO II

MODELO DE CREDENCIAMENTO

PROPONENTE

LOCAL E DATA

À PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

Rua Coronel Ponciano de Azeredo Furtado, 47 – Parque Santo Amaro, Campos dos Goytacazes/RJ.

ASSUNTO: PROPOSTA DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS OBJETO DO EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2025.

O abaixo assinado na qualidade de responsável legal pela Empresa vem pela presente, informar a V. Sa., que o (a) Sr. (a) _____, Carteira de Identidade nº _____ está autorizado (a) a acompanhar a **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2025** em epígrafe, podendo, para tanto, impugnar, transigir, renunciar a recursos, requerer, assinar, enfim, o que preciso for para o fiel cumprimento do presente credenciamento.

Atenciosamente,

Nome e assinatura do responsável legal pela proponente.



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

A N E X O III

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

Concorrência Pública nº ____/2025

(IDENTIFICAÇÃO COMPLETA DO REPRESENTANTE LEGAL DA LICITANTE), como representante devidamente constituído de (IDENTIFICAÇÃO COMPLETA DA LICITANTE), doravante denominado LICITANTE, para fins do disposto no subitem 9.3 do Termo de Referência, da Concorrência Pública nº ____/2025 para “**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**”, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) A proposta anexa foi elaborada de maneira independente, e que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado a, discutido com ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Pública nº ____/2025, por qualquer meio ou qualquer pessoa;
- b) A intenção de apresentar a proposta anexa não foi informada a, discutida com ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Pública nº ____/2025, por qualquer meio ou qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Pública nº ____/2025, quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta anexa não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Pública nº ____ / 2025, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) Que o conteúdo da proposta anexa não foi no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido com ou recebido da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes antes da abertura oficial das propostas; e
- f) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

_____, _____ de _____ de 2025

(IDENTIFICAÇÃO COMPLETA DO REPRESENTANTE LEGAL DA LICITANTE NO ÂMBITO DA LICITAÇÃO.

**A N E X O I V****FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA****INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA****INVÓLUCRO Nº 02 – VIA IDENTIFICADA****1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Todos os textos deverão ser elaborados a partir das informações do Briefing – ANEXO VI.

1.1 Raciocínio Básico – Texto de até 5 (cinco) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita e margens superior e inferior, a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, com espaçamento “simples” entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes, cor ‘automático’, sem negrito, itálico ou sublinhado (que identifique a autoria da proposta). O texto apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do **MUNICÍPIO**, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de Comunicação Social utilizado pelo **MUNICÍPIO**, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto de até 5 (cinco) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita e margens superior e inferior, a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, com espaçamento “simples” entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes, cor ‘automático’, sem negrito, itálico ou sublinhado (que identifique a autoria da proposta). O texto indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo **MUNICÍPIO** e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolvê-los.

1.3 – Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:



- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite de páginas previsto, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

1.4 Ideia Criativa – Texto de até 4 (quatro) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita e margens superior e inferior, a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, com espaçamento “simples” entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes, cor 'automático', sem negrito, itálico ou sublinhado (que identifique a autoria da proposta). O texto apresentará a relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de “Estratégia de Comunicação Publicitária”, como previsto no subitem 1.2, com comentário sobre cada peça e ou material.

1.4.1 Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos 10 (dez) peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD, DVD ou Pen Drive; podem ser apresentadas sob a forma de roteiro, leiaute e ou story-board impressos, para qualquer meio, story-board animado ou animatic, para TV e Cinema, só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia. Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 4 (quatro) páginas, proposto neste item.

1.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto de sem limites de páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita e margens superior e inferior, a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, com espaçamento “simples” entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes, cor 'automático', sem negrito, itálico ou sublinhado (que identifique a autoria da proposta). No texto, a **Licitante** explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada.



1.5.1 – O subquesto 1.5 poderá ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';

OBS.: A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação da licitante, sem os exemplos de peças e ou material referentes à Ideia Criativa.

INVÓLUCRO Nº 03 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

2. Capacidade de Atendimento - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, em papel A4, com ou sem uso de cores, com fonte Arial corpo 12, rubricadas e assinadas na última folha por quem detenha poderes de representação da licitante. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

2.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 2 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

2.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 2 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 02.

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação e os conceitos de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e a discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;



e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

3. Repertório – A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, em papel A4, com ou sem uso de cores, com fonte Arial corpo 12, rubricadas e assinadas na última folha por quem detenha poderes de representação da licitante. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

3.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 3 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 02.

3.3 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

3.5 Somente serão consideradas as peças e ou os materiais veiculados, expostos ou distribuídos nos últimos 10 (dez) anos.

3.6 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou Pen Drive.

3.7 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

3.8 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida (**10 (dez)** peças), sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 3 – Repertório, do item II – Pontuação, do ANEXO V do Termo de Referência.

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



4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, em papel A4, com ou sem uso de cores, com fonte Arial corpo 12, rubricadas e assinadas na última folha por quem detenha poderes de representação da licitante.

4.1 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 4 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 02.

4.2 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 4 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite de páginas previsto abaixo, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

4.3 A licitante deverá apresentar **2 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas de papel A4, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

4.4 Somente serão consideradas as propostas implementadas nos últimos 10 (dez) anos.

4.5 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, do item II – Pontuação, do ANEXO V do Termo de Referência.

4.6 Os relatos deverão estar formalmente 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 Municipal de Campos dos Goytacazes seja ou tenha sido signatária.

4.7 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

4.8 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pendrive;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 4, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

**ANEXO V****DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS****I – DA ANÁLISE:**

- a) As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- b) As Propostas Técnicas serão analisadas pela Subcomissão sendo as notas atribuídas devidamente justificadas, considerando-se os critérios estabelecidos neste Anexo.
- c) Serão levados em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

1 - Plano de Comunicação Publicitária**1.1 - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão sobre:**

- 1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação;
- 1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES;
- 1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação.

1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- 1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES e ao desafio de comunicação a ser enfrentado;
- 1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- 1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES com seus públicos;
- 1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;



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

1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível.

1.3 - Ideia Criativa

1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação;

1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES;

1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material;

1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

1.4 - Estratégias de Mídia e Não Mídia

1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES;



1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

2 - Capacidade de Atendimento

2.1 - O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

2.2 - A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

2.3 - A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária implementada pelo MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES;

2.4 - A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

2.5 - A operacionalidade do relacionamento entre o MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES e a licitante, esquematizado na proposta;

2.6 - 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 do MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

3 – Repertório

3.1 - A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

3.2 - A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

3.3 - A clareza da exposição das informações prestadas;

4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

4.1 - A evidência de planejamento publicitário;

4.2 - A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

4.3 - A relevância dos resultados apresentados;

4. 4 - A concatenação lógica da exposição.



II – DA PONTUAÇÃO

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

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

1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos, assim divididos:

1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos, assim ponderados:

- A acuidade de compreensão sobre:

1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;

4 pontos = atendeu

2 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Município de Campos dos Goytacazes: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos

1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do Município de Campos dos Goytacazes e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;

4 pontos = atendeu

2 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;

4 pontos = atendeu

2 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu



1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Campos dos Goytacazes com seus públicos: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação do Município de Campos dos Goytacazes, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos:

1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu



1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação do Município de Campos dos Goytacazes: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos:

1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 ponto = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;



2 pontos = atendeu

1 ponto = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Campos dos Goytacazes: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

2 - Capacidade de Atendimento: 15 (quinze) pontos

2.1 - O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

2.2 - A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

2.3 - A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária implementada pelo Município de Campos dos Goytacazes: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente



0 ponto = não atendeu

2.4 - A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

2.5 - A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Campos dos Goytacazes e a licitante, esquematizado na proposta: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

2.6 - 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 do Município de Campos dos Goytacazes, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: 2 (dois) pontos.

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

3 - Repertório: 10 (dez) pontos

3.1 - A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver: 4 (quatro) pontos;

4 pontos = atendeu

2 pontos = atendeu parcialmente

0 pontos = não atendeu

3.2 - A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

3.3 - A clareza da exposição das informações prestadas: 3 (três) pontos.

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez) pontos

4.1 - A evidência de planejamento publicitário: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu



1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

4.2 - A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução: 2 (dois) pontos;

2 pontos = atendeu

1 ponto = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

4.3 - A relevância dos resultados apresentados: 3 (três) pontos;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

4.4 - A concatenação lógica da exposição: 2 (dois) pontos.

2 = atendeu

1 = atendeu parcialmente

0 = não atendeu

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

d) A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

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

g) Será considerada melhor classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

h) Será desclassificada a Proposta que:

h.1 - Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;

h.2 - Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;



- h.3 - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

III – DO JULGAMENTO E ATAS DAS PROPOSTAS

1. A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Invólucro nº 01) e do Conjunto de Informações (Invólucro nº 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Termo de Referência, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto nos subitens 9.1.1.1, 9.1.1.3 e 9.1.1.4 do Termo de Referência.

2. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica **duas atas** relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão de Contratação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**A N E X O VI****BRIEFING****1. Situação Geral**

Campos dos Goytacazes é o maior município do Estado do Rio de Janeiro. Localizado na Região Norte Fluminense, uma das principais produtoras de petróleo e gás natural do Brasil, ele ocupa uma área de 4.026 km² rica em cenários variados, sendo predominantemente uma planície, com regiões de montanhas, rios, praia e lagoas. São 483.540 habitantes, de acordo com dados do IBGE de 2022, o que faz dele o município mais populoso do interior do Estado.

Originalmente, seu território era habitado pelos índios goitacás, que viviam às margens do Rio Paraíba do Sul. No século XVI, início da colonização portuguesa no Brasil, suas terras foram doadas pelo rei de Portugal Dom João III a Pero de Góis da Silveira. Depois de várias tentativas de ocupação, sem sucesso, as terras começaram a ser ocupadas pelos padres jesuítas e beneditinos. Em 1627, a então Capitania de São Tomé foi doada a sete capitães portugueses, que efetivaram a colonização da região.

Em 1677, ocorreu a fundação da Vila de São Salvador dos Campos dos Goytacazes. Seguiu-se um período de grande expansão da pecuária e das lavouras de cana-de-açúcar, que fez surgir dezenas de engenhos. Com o grande crescimento populacional e a forte expansão econômica, em 28 de março de 1835 Campos foi elevada à categoria de cidade.

Além de ser um dos principais centros canavieiros do país, Campos se destacou por ser a primeira cidade da América Latina a ter luz elétrica, em 1883. Na segunda metade do século XX, além das usinas de açúcar e álcool, a economia do município se expandiu com a produção de petróleo e gás natural na Bacia de Campos. Campos também se tornou o principal polo universitário de uma região que engloba três estados. O município é cortado pela BR-101, rodovia que liga o país de norte a sul. Suas instituições de ensino superior recebem atualmente milhares de estudantes.

1.1. Sobre ações da Prefeitura

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

Desta forma, é importante salientar que, ao lado do aspecto de cidadania destas atividades de comunicação social, existe um público que precisa ser claramente impactado para que



os objetivos das mensagens produzidas sejam alcançados. Aliar os elementos relativos ao impacto necessário desta mensagem, sem perder de vista as metas claras definidas nos pedidos de divulgação dos mais diversos setores é fundamento a ser observado por todas as candidatas no desenvolvimento de suas campanhas e deve, sempre, ser aspecto avaliado pelos gestores de comunicação ao aprovar as peças desenvolvidas pelas agências de comunicação prestadoras de serviço ao Poder Público Municipal.

1.2. O papel da comunicação na Prefeitura de Campos dos Goytacazes

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

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

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

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

1.3. Governo mais próximo da comunidade

Nos dias atuais, não é mais possível pensar na governança das cidades sem a participação consciente da comunidade. Há três variáveis que explicam essa nova realidade.

Em primeiro lugar, as novas tecnologias, que disponibilizam em tempo real informações sobre as atividades humanas nas mais diferentes áreas, permitem que os cidadãos acompanhem o andamento das ações e dos projetos na área pública.



Em segundo lugar, em razão da mudança assinalada acima, mas também da evolução da democracia, a população está cada vez mais consciente dos seus direitos e assume um papel ativo na cobrança dos governantes por mais e melhores resultados na gestão pública.

Há ainda uma terceira variável que induz à necessidade de aproximar e integrar a gestão pública e os governos locais: a busca da eficiência na gestão das ações e dos projetos, dada a permanente exiguidade de recursos fiscais. Cada vez mais pressionados financeiramente, os governos locais precisam ser mais assertivos na alocação dos recursos em face das inúmeras demandas da comunidade.

Frente a este contexto, a Prefeitura de Campos dos Goytacazes acredita que um dos caminhos mais promissores para a realização de um bom governo é ampliar o diálogo com a comunidade. Mais do que auxiliar na alocação mais eficiente dos recursos, o diálogo se afigura como um elemento de cidadania, fortalecendo a democracia.

O diálogo é um dos mais importantes atos na gestão pública, este deve ser reforçado e evidenciado na relação do Poder Público Municipal para com os munícipes. O programa de gestão implementado com base em quatro eixos - Gestão, Serviços Públicos, Desenvolvimento Econômico e Desenvolvimento Social - deve ser expresso de forma a torna-lo próprio ao cidadão. É o momento de desdobrar esse programa na prática da administração municipal, por meio de maior abertura dos gestores municipais às demandas da comunidade e do fortalecimento da comunicação social e das interações diretas e indiretas com os campistas.

Assim, surge a ideia de um programa que promova o diálogo permanente entre a Prefeitura e a comunidade. Por meio deste programa, serão criados diversos mecanismos de contato permanente entre os gestores locais (Prefeito, Vice-Prefeito, Secretários e dirigentes de autarquias). Seguindo uma programação previamente definida, por meio de encontros e reuniões nos diferentes bairros da cidade (em centros comunitários, Igrejas, escolas, clubes, etc), eles irão ouvir as demandas das comunidades e encaminhar as soluções possíveis e adequadas. Além das reuniões presenciais, o programa contará com canais de acesso nas plataformas digitais, em que os campistas poderão encaminhar as suas demandas, solicitar informações e apresentar sugestões de melhoria para a nossa cidade.

O programa, bem entendido, não tem a finalidade de substituir as demais instâncias da governança local, como as secretarias e autarquias e, num plano mais elevado, a Câmara de Vereadores. Ao contrário, ele tem a finalidade de ser mais um elemento da prática democrática na cidade, mais um canal de comunicação entre a comunidade e o Poder Público.

O desafio da comunicação: para atender as necessidades de comunicação social do programa, espera-se que as agências participantes apresentem uma campanha publicitária que contemple: a) criação de um nome para o programa; b) criação de uma marca gráfica para o programa e c) uma campanha publicitária para o lançamento do programa. A marca do programa deverá ser aplicada nas peças ao lado do logo oficial da Prefeitura de Campos dos Goytacazes.

A campanha deverá ter um caráter informativo e educativo. Informativo, porque deverá apresentar o programa (nome, marca e objetivo); educativo, porque deverá reforçar os conceitos de diálogo, cidadania, eficiência e transparência. Também deverá ressaltar a importância da participação dos campistas na construção de uma cidade melhor para todos.



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Público Alvo: o público alvo da campanha é constituído pelo conjunto da população de Campos dos Goytacazes.

Verba: a verba para a campanha é de R\$ 1 milhão de reais, incluindo todas as despesas de produção e de mídia.

Período: o período da campanha é de dois meses.

2. Público-alvo

O público-alvo da campanha é constituído pelo conjunto da população de Campos dos Goytacazes

3. Período

Dois meses (60 dias)

4. Verba Referencial para Investimento

A verba para a campanha é de R\$ 1 milhão de reais, incluindo todas as despesas de produção e de mídia.

5. Pesquisas e Outras Informações

Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes

- Portal: www.campos.rj.gov.br

- Facebook: www.facebook.com/PrefCamposdosGoytacazes

- Instagram: www.instagram.com/campos.pmcg

Em 23/09/2025



PREFEITURA DE

CAMPOS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

A N E X O VII

SOLICITAÇÃO DO INVÓLUCRO PADRONIZADO PARA ACONDICIONAMENTO DOS DOCUMENTOS RELATIVOS A PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campos dos Goytacazes, ____ de _____ de 2025.

Presidente da Comissão de Contratação

Na qualidade de empresa interessada em participar da licitação por Concorrência Pública nº ____/2025 para “**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**”, solicito o fornecimento do invólucro padronizado, destinado à apresentação dos documentos relativos à Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, em atendimento aos dispositivos contidos no subitem 9.1.1 do Termo de Referência.

Declaramos estar ciente das condições em que deverão ser apresentados o referido invólucro e seu conteúdo, conforme preconiza o subitem 9.1.1.4 do Termo de Referência.

Atenciosamente,

Razão Social
Representante Legal
CARGO E NOME

OBS.: Esta carta deverá ser feita em papel timbrado da empresa e entregue até 24 (vinte e quatro) horas antes da data de realização da licitação em pauta.

ANEXO II MINUTA DE CONTRATO N° ____/2025

INSTRUMENTO DE CONTRATO QUE ENTRE SI
CELEBRAM O MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS
GOYTACAZES E A
EMPRESA

____ NA FORMA
ABAIXO:

A _____, inscrita no CNPJ n.º _____, com sede na _____, doravante denominada simplesmente **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo(a) Ilustríssimo(a) Senhor(a) Secretário(a) da _____ e a empresa _____ doravante denominado simplesmente, **CONTRATADA**, com sede na _____, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º _____ neste ato representada pelo seu _____, documento de identidade n.º _____, órgão expedidor _____, CPF n.º _____, em decorrência do resultado da **LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA N.º 001/2025**, ajustam entre si o presente **CONTRATO** e de acordo com o que consta do Processo n.º **2025.136.000004-P-PR**, mediante as seguintes **CLÁUSULAS E CONDIÇÕES**:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal n.º 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis Federais n.º 4.680, de 18.06.65, e n.º 14.133/2021.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato o Decreto Federal n.º 57.690, de 01.02.66 e o Decreto Federal n.º 4.563, de 31.12.02, O Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado na cidade do Rio de Janeiro em outubro de 1957, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, instituído pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR em 05 de maio de 1980 as disposições deste Edital.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato - e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados - o Edital da Concorrência n.º 001/2025 e seus anexos, a Proposta Técnica da CONTRATADA e sua Proposta de Preço com ela negociada.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1. Constitui objeto deste contrato a contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de 02 (duas) agências de propaganda, sob demanda, conceituados no art. 2º da Lei nº 12.232/2010 como o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO aos veículos e demais meios de divulgação.

2.2. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

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

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

2.3. As pesquisas e avaliações, descritas no inciso I, possuem a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato.

2.4. Os serviços aderentes às novas tecnologias, descritos no inciso III, abrangem os formatos de divulgação publicitária não tradicionais, concebidos tanto por plataformas on-line como off-line, que visam potencializar os efeitos das mensagens e somente poderão ser executados, no âmbito da contratação, quando estiverem diretamente relacionados à natureza do objeto do contrato.

2.5. Os serviços previstos não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação e marketing, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.5.2. São também considerados como ação de publicidade os projetos de:

2.5.2.1. Veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação,

com entrega em espaços publicitários;

2.5.2.2. Transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

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

2.7. Para a prestação dos serviços serão contratadas **02 (duas) agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.**

2.8. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do Art. 4º, §1º e §2º, da Lei nº 12.232/2010.

2.9. As agências atuarão por ordem e conta da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.10. As agências não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução dos serviços previstos no presente Edital.

2.11. As agências atuarão de acordo com as solicitações da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

2.12. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos da Clausula 2.2 deste Contrato.

2.12.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto na clausula 2.2 deste Contrato exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

2.12.2. No caso da Clausula 2.12.1 deste Contrato, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

2.13. A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

- 3.1. O prazo de execução será de 12 (doze) meses contados a partir da assinatura do contrato.
- 3.2. O contrato poderá ter a sua duração prorrogada por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 120 (cento e vinte) meses, de acordo com o que preceitua o art. 107 da Lei 14133/2021.

CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor da contratação de acordo com o Termo de Referência acostado ao processo é de R\$ _____ (_____).

4.1.1. A despesa correrá pelo código relativo ao Programa de Trabalho n.º 04.122.0095.1161, pela Natureza de Despesa n.º 339039 e Fontes de Recurso n.º 133.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Quanto à Estrutura de Atendimento das Contratadas, caso as empresas vencedoras que não possuírem sede no município de Campos dos Goytacazes-RJ deverão, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da assinatura do contrato, providenciar e manter uma estrutura física de atendimento na cidade, com a designação de, no mínimo, um preposto devidamente qualificado. Esta exigência fundamenta-se na necessidade de assegurar a pronta resposta às demandas, a participação efetiva em reuniões estratégicas e a coordenação eficaz das ações, elementos cruciais para a qualidade e a agilidade na entrega dos serviços, mitigando riscos de falhas de comunicação e atrasos que poderiam comprometer a execução do objeto contratual. A não observância desta condição poderá ensejar as sanções contratuais cabíveis.

5.1.3. Com vistas a garantir a excelência na prestação dos serviços e a otimização do relacionamento com a Secretaria Municipal de Comunicação Social, além da estrutura de atendimento e do preposto estabelecidos no item 5.1.2, as contratadas deverão dispor de uma equipe mínima de profissionais com as qualificações e experiências abaixo descritas. Ressalta-se que, com exceção do preposto, os demais profissionais poderão exercer suas funções de forma remota, utilizando os recursos digitais disponíveis, desde que assegurem a comunicação eficaz e a pronta resposta às demandas do MUNICÍPIO, sem prejuízo à qualidade e agilidade dos serviços prestados:

5.1.3.1. 01 (um) profissional de Atendimento ao Cliente, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área de publicidade e propaganda;

5.1.3.2. 01 (um) profissional de Criação de Campanhas, nível sênior, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos

na área de publicidade e propaganda;

5.1.3.3. 01 (um) profissional Produção Gráfica e Vídeo (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área de publicidade e propaganda;

5.1.3.4. 01 (um) profissional Analista de Mídia, com graduação em Comunicação Social ou Marketing e experiência mínima comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área de publicidade e propaganda; e

5.1.3.5. 01 (um) profissional de Análise de Dados (Business Intelligence), com experiência mínima comprovada a partir de 3 (três) anos na área de publicidade e marketing digital.

5.1.4. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

5.1.5. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao MUNICÍPIO.

5.1.6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao MUNICÍPIO as vantagens obtidas.

5.1.6.1. Pertencem ao MUNICÍPIO as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.6.1.1. O disposto na cláusula 5.1.6.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.1.6.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao MUNICÍPIO caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.6.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do MUNICÍPIO, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.6.3.1. O desrespeito ao disposto na cláusula 5.1.6.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas **neste Contrato e na Legislação de Regência**.

5.1.7. Negociar sempre as melhores condições de preço, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos

patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do MUNICÍPIO.

5.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao MUNICÍPIO:

- I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- III - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

5.1.8.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do MUNICÍPIO.

5.1.8.2. O MUNICÍPIO procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, utilizando para isso pesquisas junto ao mercado pretendido.

5.1.8.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do MUNICÍPIO.

5.1.8.4. Se e quando julgar conveniente, a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.8.5. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições relacionadas ao desconto de agência para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.8.6. As disposições das cláusulas 5.1.8 a 5.1.8.5 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.9. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do MUNICÍPIO.

5.1.9.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

III - Possuam em seu quadro de pessoal, servidores, empregados públicos ou dirigentes do Município, ou empregado que tenha sido, nos últimos 180 (cento e oitenta) dias, ocupante de cargo, emprego ou função no Município.

IV - Possuam em seus quadros servidor que tenha sido demitido pelo Município.

5.1.10. Obter a aprovação prévia da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

5.1.10.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.11. Apresentar a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.1.12. Apresentar a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, como alternativa a cláusula 5.1.11, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 2.2, Inciso I, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.1.12.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.12 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do MUNICÍPIO, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.12.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista na cláusula 5.1.12.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

5.1.12.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.12.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado na cláusula 5.1.12, a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.13. Encaminhar, sempre que solicitado pela SECRETARIA MUNICIPAL DE

COMUNICAÇÃO SOCIAL, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) **TV e Cinema:** cópias em pendrive e/ou arquivos digitais;
- b) **Internet:** cópias em pendrive;
- c) **Rádio:** cópias em pendrive, com arquivos digitais;
- d) **Mídia impressa e material publicitário:** cópias em pendrive, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.13.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo pendrive, caso atenda à solicitação da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

5.1.14. Prestar os seguintes serviços a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, a suas expensas:

- a) instituição e manutenção de acervo da propaganda do MUNICÍPIO, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) criação e manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.14.1. A CONTRATADA reunir-se-á com a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, para apresentar proposta para o acervo virtual, compreendendo, por exemplo, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

5.1.14.1.1. Para a elaboração da proposta a agência deve considerar que o acervo virtual deverá estar funcionando no prazo de 60 (sessenta) dias, contado da assinatura deste contrato.

5.1.14.1.2. Aprovada pela SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL a proposta passará a integrar o contrato, ressalvado que as partes poderão promover ajustes, sempre que necessários à manutenção do acervo.

5.1.14.2. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e ao MUNICÍPIO reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

5.1.15. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto nas cláusulas 5.1.13 e 5.1.14.

5.1.16. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

5.1.16.1. O material a ser utilizado na distribuição só será distribuído após sua aprovação pela SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

5.1.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do MUNICÍPIO, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.18. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome do MUNICÍPIO, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.19. Prestar esclarecimentos ao MUNICÍPIO sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.20. Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.21. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

5.1.23. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

5.1.26. Apresentar, quando solicitado pelo MUNICÍPIO, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.27. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e ao próprio MUNICÍPIO.

5.1.28. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do MUNICÍPIO.

5.1.29. Responder perante ao MUNICÍPIO e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade,

na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.30. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para ao MUNICÍPIO.

5.1.31. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.31.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o MUNICÍPIO e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao MUNICÍPIO as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

5.1.33. Informar ao MUNICÍPIO os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada parcela ou ordem bancária de pagamento emitida pelo MUNICÍPIO e encaminhar relatório com cópias dos pagamentos até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

5.1.34. Todas as demais cláusulas do Termo de Referência.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO MUNICÍPIO

6.1. Constituem obrigações do MUNICÍPIO, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) Promover, nos termos do art. 117 da 14133/21, o acompanhamento e a fiscalização da execução do objeto do Termo de Referência. A existência de fiscalização da Contratante de modo algum atenua ou exime a responsabilidade da Contratada por qualquer vício ou defeito na execução do contrato.

b) Notificar, por escrito, à Contratada sobre eventuais irregularidades encontradas no fiel cumprimento de suas obrigações, observando os prazos para adequação.

c) O Contratante se reserva o direito de solicitar os serviços ora contratados, na sua totalidade ou parcialmente, de acordo com a sua necessidade e conveniência.

d) Efetuar os pagamentos devidos à Contratada pelos serviços efetivamente executados e faturados, nas condições estabelecidas no contrato.

e) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;

6.2. A juízo do MUNICÍPIO, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO

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

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

7.3. 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.

7.4. Os recebimentos provisório e definitivo serão realizados na forma do artigo 140, inciso I, letra a da Lei Federal nº 14133/2021, observadas as demais condições previstas neste Edital, para o recebimento do objeto.

7.5. A SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL nomeará 01 (um) gestor e 03 (três) fiscais para executar o acompanhamento e a fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência e registrar, caso ocorra, ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção.

7.6. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

7.6.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem 7.6 exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

7.6.2. No caso da cláusula 7.6.1, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

7.7. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de

relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

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

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato), nos termos do item 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP. (máximo de 10% e mínimo de 5%).

8.1.2. A CONTRATADA fará jus a honorários de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos de serviços e suprimentos externos, orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pela Contratada, nos termos do item 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

8.1.2.1. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a, no mínimo, 3 (três) fornecedores especializados, aprovados previamente pelo PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES.

8.1.3. A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

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

II) à reimpressão de peças publicitárias. **(máximo de 10% e mínimo de 5%).**

8.1.3.1. Para fins do disposto no inciso II do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4. A CONTRATADA fará jus a honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação

e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965. (**máximo de 10% e mínimo de 5%**).

8.1.5. A **CONTRATADA** fará jus a honorários de 35% (trinta e cinco por cento), sobre a Lista de Custos Referencial de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ), como remuneração pelos custos dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência referente a peças publicitárias **NÃO** destinadas a veiculação em qualquer mídia geradora do “Desconto-Padrão de Agência”.

8.2. Os honorários de que tratam as cláusulas 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3, 8.1.4 e 8.1.5 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3. A **CONTRATADA** não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, nos termos da alínea ‘c’ do subitem 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária - CENP, cuja distribuição PROPORCIONE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

b) 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 a este contrato.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista no item anterior, A **CONTRATADA** fará jus ao “Desconto-Padrão de Agência” de 20% (vinte por cento) em conformidade as Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), concedido pelos veículos de divulgação, de acordo com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1. O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da

CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010 e de acordo com o item 2.5 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede ao MUNICÍPIO de forma total e definitiva os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas oitava e nona deste contrato.

10.1.2. O MUNICÍPIO poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3. A juízo do MUNICÍPIO, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo, sem que caiba a eles ou ao MUNICÍPIO qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. 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 pelo MUNICÍPIO.

10.2.1. 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 pelo MUNICÍPIO em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste instrumento.

10.2.2. 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 pelo MUNICÍPIO aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto neste instrumento, o valor a ser pago pelo MUNICÍPIO será negociado caso a caso, tendo como

parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo MUNICÍPIO, após os procedimentos previstos na cláusula 5.1.8.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao MUNICÍPIO, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao MUNICÍPIO qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, ao MUNICÍPIO poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1. Se o MUNICÍPIO pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6. O MUNICÍPIO poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao MUNICÍPIO.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. O MUNICÍPIO efetuará o pagamento à CONTRATADA pelos serviços efetivamente prestados no valor de R\$ _____
(_____), e nele deverão estar incluídas todas as despesas necessárias à execução do objeto, livre de quaisquer ônus para o MUNICÍPIO.

11.2. O valor global não implica na obrigatoriedade do MUNICÍPIO solicitar os serviços até o referido valor.

11.3. Os preços unitários e totais estão discriminados na proposta da Contratada, bem como na Nota de Empenho correspondente.

11.4. A Contratada declara que os preços propostos para execução dos serviços contratados levaram em conta todos os custos, insumos, despesas de frete, embalagens, impostos, transporte e demais encargos indispensáveis ao perfeito cumprimento das obrigações decorrentes deste contrato, não cabendo, pois, quaisquer reivindicações a título de revisão de preços ou reembolso, sejam a que título for.

11.5. Os pagamentos serão efetuados pelo MUNICÍPIO, em moeda corrente nacional, de acordo com os valores apurados por servidores competentes da Secretaria e prepostos habilitado da contratada, em 30 dias, contados da emissão do Termo de Recebimento Definitivo dos materiais/serviços.

11.6. Nos casos de atraso no pagamento por culpa da contratante, o valor devido será acrescido de taxa de 0,5% ao mês, calculado pro rata die entre o 31º (trigésimo primeiro) dia da data do adimplemento da obrigação e a data do efetivo pagamento. No caso de antecipação do pagamento, o valor devido sofrerá desconto à taxa de 0,5% ao mês, calculado pro rata die entre a data do efetivo pagamento e o 30º (trigésimo) dia da data do adimplemento da obrigação.

11.7. Serão retidos na fonte os tributos e as contribuições elencados nas disposições determinadas pelos órgãos fiscais e fazendários, em conformidade com as instruções normativas vigentes.

11.8. Nenhum faturamento da Contratada será processado sem que tenha sido previamente emitido o respectivo Boletim de Medição.

11.9. Nas faturas deverão constar obrigatoriamente, além da data de assinatura do contrato e do período a que se refere a prestação dos serviços, as seguintes informações:

11.9.1. O número do instrumento contratual;

11.9.2. O número do boletim de medição;

11.9.3. O nome e código do banco;

11.9.4. Agência e número da conta corrente da contratada.

11.9.5. A conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010, compete ao Núcleo de Mídia, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA ao MUNICÍPIO.

11.10. A fatura não aprovada pelo MUNICÍPIO será devolvida à CONTRATADA para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição.

11.11. A devolução da fatura não aprovada pelo MUNICÍPIO em hipótese alguma autorizará a CONTRATADA a suspender a execução dos serviços ou a deixar de efetuar os pagamentos devidos aos seus empregados.

11.12. Sobre o valor total da remuneração incidem as obrigações fiscais, conforme a legislação

vigente.

11.13. Constatada a situação de irregularidade, a CONTRATADA será comunicada por escrito para que regularize sua situação, no prazo estabelecido pelo MUNICÍPIO.

11.14. Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA das suas responsabilidades e obrigações, nem implicará aceitação definitiva dos serviços.

11.15. O MUNICÍPIO poderá glosar ou reter o pagamento de qualquer fatura, ou da parte do pagamento vinculada à execução de determinada atividade, nos seguintes casos, dentre outros definidos neste contrato:

11.15.1. Imperfeição dos serviços executados;

11.15.2. Discordância ou necessidade de maiores esclarecimentos a respeito dos serviços prestados, por parte da secretaria responsável pelo contrato;

11.15.3. Débito da CONTRATADA para com o MUNICÍPIO, que provenha da execução deste contrato, ainda que resulte do inadequado cumprimento de outras obrigações não integrantes da fatura referida no *caput*;

11.15.4. O não cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA;

11.15.5. Eventual responsabilização solidária e/ou subsidiária, originada em decorrência da execução do presente contrato.

11.16. O não pagamento da fatura, por culpa exclusiva do MUNICÍPIO, no prazo estabelecido neste contrato, configurará mora.

11.17. No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o MUNICÍPIO, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, perante o MUNICÍPIO, a impossibilidade de fazê-lo.

11.17.1. Nos casos em que restar demonstrada, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção

ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

II.1 - Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2 - Mídia Digital *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 - Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

11.17.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas neste instrumento serão estabelecidas formalmente pelo MUNICÍPIO, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.17.3. A contratante estará eximida de cumprir os itens relativos às compensações financeiras nos casos em que a contratada houver concorrido direta ou indiretamente para a ocorrência do atraso.

11.17.4. O MUNICÍPIO não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de

fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.17.5. O MUNICÍPIO não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.17.6. Os dados e formato dos controles serão definidos pelo MUNICÍPIO, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do MUNICÍPIO, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.17.7. O não cumprimento do disposto neste contrato ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.17.7.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação do MUNICÍPIO, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.17.7.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem anterior, o MUNICÍPIO poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

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

11.18. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, o MUNICÍPIO poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA

12.1. Fica a Contratada obrigada a apresentar comprovante de prestação de garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor global do contrato, com validade para todo o período contratual, sob uma das modalidades previstas no parágrafo 1º do artigo 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

12.1.1. No caso da caução em dinheiro, esta deverá ser depositada na conta 28296-9- agência 6174 – Banco Itaú – Campos dos Goytacazes - RJ - CNPJ nº. 29.247.475/0004-01.

12.2. A CONTRATADA fica obrigada a repor o valor da garantia quando esta for utilizada para cobertura de multas, desde que não tenha havido rescisão;

12.3. No caso de renovação da contratação, a CONTRATADA deverá renovar a garantia;

12.4. Havendo aditivos de valor e/ou prazos, reajustes, atualizações, revisões ou repactuações, a CONTRATADA reforçará a garantia, conforme o caso;

12.5. O prazo de vigência da garantia será igual ao de vigência da contratação, acrescido de 90 (noventa) dias;

12.6. A garantia somente poderá ser levantada após o recebimento definitivo do objeto pela fiscalização;

12.7. O atraso superior a 30 (trinta) dias úteis para apresentação da garantia poderá acarretar a extinção unilateral da contratação.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. A CONTRATADA será responsabilizada administrativamente pelas seguintes infrações:

13.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;

13.1.2. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

13.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;

13.1.4. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame, quando exigidas;

13.1.5. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

13.1.6. Não celebrar o contrato/instrumento equivalente ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

13.1.7. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

13.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

13.1.9. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

13.1.10. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

13.1.11. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

13.1.12. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

13.2. Serão aplicadas à CONTRADA as seguintes sanções:

13.2.1. Advertência;

13.2.2. Multa, não inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento) do valor da contratação;

13.2.3. Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Município de Campos dos Goytacazes, pelo prazo máximo de 3 (três) anos;

13.2.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

13.3. A aplicação de sanções observará o devido processo administrativo, na forma da Lei Federal nº 14.133/2021, combinada com o artigo 29 e seguintes da Lei Municipal nº 4.960/2022.

13.4. A multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções.

13.5. A aplicação das sanções não exonera o infrator de eventual ação por perdas e danos que seu ato ensejar.

13.6. O valor das multas que, porventura forem aplicadas, serão descontadas da garantia da respectiva CONTRATADA. Se a multa aplicada for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a CONTRATADA pela diferença a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pelo órgão gestor da contratação ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

14.1. Constituem motivo para extinção do presente contrato, independentemente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, sem prejuízo das penalidades nele previstas e na Lei Federal nº 14.133/2021, o descumprimento de qualquer de seus termos, cláusulas ou condições, a cessação de sua necessidade ou ocorrência de qualquer situação prevista no art. 137 da Lei de Licitações.

14.2. No ato da extinção contratual, a CONTRATADA prestará contas dos produtos que lhe tenham sido solicitados.

14.3. Constatados prejuízos decorrentes da atuação irregular da CONTRATADA no momento da extinção, poderá o MUNICÍPIO efetuar a retenção de valores devidos à CONTRATADA, no limite suficiente à compensação dos mesmos.

14.4. Em qualquer hipótese de extinção contratual, a CONTRATADA somente terá direito à remuneração pelos serviços executados.

14.5. Caso o MUNICÍPIO não se utilize da prerrogativa de extinguir este Contrato, a seu exclusivo critério, poderá suspender a sua execução e/ou sustar o pagamento das faturas, até que a CONTRATADA cumpra integralmente a condição contratual infringida.

14.6. A CONTRATADA reconhece os direitos do MUNICÍPIO, em caso de extinção com fundamento no art. 138, I, da Lei Federal nº 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - INCIDÊNCIAS FISCAIS, ENCARGOS, SEGURO, ETC.

15.1. Correrão por conta exclusiva da CONTRATADA todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto desta contratação, bem como os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, emolumentos e outras despesas que se façam necessárias a execução dos serviços, salvo as despesas a serem pagas pelo MUNICÍPIO, devidamente expressas neste contrato.

15.2. Se durante o prazo de vigência deste contrato, houver alteração e/ou criação das alíquotas de tributos ou encargos ou instituição de outros que incidam sobre a prestação dos serviços objeto deste instrumento, o MUNICÍPIO procederá conforme a seguir:

15.2.1. Caso haja diferença a maior, o MUNICÍPIO somente procederá ao pagamento mediante comprovação pela CONTRATADA do ônus decorrente;

15.2.2. Na hipótese da CONTRATADA, vir a beneficiar-se de isenções junto ao Fisco, o MUNICÍPIO procederá à revisão do custo indicado na data-base;

15.2.3. Serão consideradas, para fins desta cláusula, as alterações de tributos ou encargos que comprovadamente incidam sobre os insumos que compõem o objeto deste contrato.

15.3. O MUNICÍPIO se reserva o direito de solicitar à CONTRATADA quando entender conveniente, a exibição dos comprovantes de recolhimento dos tributos e demais encargos devidos direta ou indiretamente, por conta deste instrumento.

15.4. Quando por disposição legal, o MUNICÍPIO for o responsável pelo recolhimento de tributos decorrentes deste contrato e, por exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, vier a responder por acréscimos e/ou outros encargos em decorrência de erro no faturamento por não cumprimento das condições que possibilitem o correto recolhimento dos tributos devidos, aqueles valores atualizados serão descontados da fatura que originou a incorreção, ou daquela que vier a ser apresentada imediatamente após a ocorrência do evento apontado.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - REGULARIDADE JUNTO AO INSS, FGTS E ICMS

16.1. A CONTRATADA, no ato da celebração deste instrumento, declara que ficam mantidas todas as condições pertinentes contidas no artigo 68, III e IV, da Lei Federal nº 14.133/2021, devendo imediatamente comunicar o MUNICÍPIO qualquer alteração que possa comprometer a manutenção de seus termos, bem como mantê-las atualizada.

DÉCIMA SÉTIMA - VINCULAÇÃO

17.1. O presente Contrato fica vinculado ao Termo de Referência, ao edital de licitação e seus anexos, bem como à proposta do licitante vencedor, constantes do processo administrativo em epígrafe, nos termos do artigo 92, II da Lei Federal nº 14.133/2021.

DÉCIMA OITAVA - ALTERAÇÕES DO CONTRATO

18.1. Este Contrato só poderá ser alterado ou modificado em qualquer de suas cláusulas mediante Termo Aditivo e em conformidade com o artigo 124 e seguintes da Lei Federal nº 14.133/2021.

18.2. Qualquer tolerância das partes no que diz respeito ao cumprimento no todo ou em parte, de qualquer das cláusulas e/ou condições contratuais, será considerado como concessão excepcional, não constituindo inovação do ajustado, nem precedente invocável pela CONTRATADA.

CLÁUSULA NONA - CASOS FORTUITOS, DE FORÇA MAIOR OU OMISSOS

19.1. As partes não serão responsabilizadas por fatos comprovadamente decorrentes de casos fortuitos ou de força maior, ocorrências eventuais cuja solução se buscará mediante acordo interpartes.

19.2. O MUNICÍPIO analisará, julgará e decidirá, em cada caso, as questões alusivas a incidentes que se fundamentem em motivos de caso fortuito ou de força maior, por intermédio de comissão especialmente designada para esse fim, a quem compete apurar os atos e fatos comissivos ou omissivos que se fundamentem naqueles motivos.

CLÁUSULA VIGÉSIMA - CUMPRIMENTO DA LEI FEDERAL Nº 13.709/2018 (LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS - LGPD)

20.1. É vedado às partes a utilização de todo e qualquer dado pessoal repassado em decorrência da execução contratual para finalidade distinta daquela do objeto da contratação, sob pena de responsabilização administrativa, civil e criminal.

20.2. As partes se comprometem a manter sigilo e confidencialidade de todas as informações, especialmente os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis, repassados em decorrência da execução contratual, em consonância com o disposto na Lei Federal nº 13.709/2018, sendo vedado o repasse das informações a outras empresas ou pessoas, salvo aquelas decorrentes de obrigações legais ou para viabilizar o cumprimento do instrumento contratual.

20.3. As partes responderão administrativa e judicialmente caso causarem danos patrimoniais, morais, individuais ou coletivos, aos titulares de dados pessoais repassados em decorrência da execução contratual, por inobservância à Lei Federal nº 13.709/2018.

20.4. Em atendimento ao disposto na Lei Federal nº 13.709/2018, o CONTRATANTE, para a

execução do objeto deste contrato, tem acesso a dados pessoais dos representantes da CONTRATADA, tais como número do CPF e do RG, endereços eletrônico e residencial e cópia do documento de identificação.

20.5. A CONTRATADA declara que tem ciência da existência da Lei Federal nº 13.709/2018 e se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação com o intuito de proteger os dados pessoais repassados pelo CONTRATANTE.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

21.2. O MUNICÍPIO providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos em jornais de ampla circulação garantindo o respeito à publicidade dado ao ato administrativo, a suas expensas, na forma prevista na Lei Federal nº 14133/2021.

21.3. Constituem direitos e prerrogativas do MUNICÍPIO, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal nº 14133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

21.4. São assegurados ao MUNICÍPIO todos os direitos e faculdades previstos na Lei Federal nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

21.5. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

21.6. Para a execução do objeto deste Edital, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma a ele não relacionada, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA - FORO

22.1. Fica eleito o foro da comarca de Campos dos Goytacazes/RJ para dirimir as questões decorrentes da execução deste contrato, renunciando as partes, expressamente a qualquer outro foro, por mais privilegiado que seja.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA - FORMALIZAÇÃO

23.1. Por estarem justos e acordados, as partes assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor e de mesma forma para que produzam os efeitos legais.

Campos dos Goytacazes /RJ, _____de ____de 2025.

Contratante: _____
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Contratada: _____

Testemunhas: _____
