PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRAÍ
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 010 / 2026
(Processo Administrativo nº PIR-020219/000003/2026)

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 010/2026

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O MUNICÍPIO DE PIRAÍ/RJ, CNPJ nº 29.141.322/0001-32, por intermédio da Secretaria Municipal de ADMINISTRAÇÃO, sito na Rua Dr. Luiz Antônio Garcia da Silveira, nº 16, Centro, em Piraí, Estado do Rio de Janeiro, doravante denominado CONTRATANTE, neste ato representado pela Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 499/2025 e 2457/2025, atendendo requisitos do Processo Administrativo nº PIR-020219/000003/2026, torna público, para ciência dos interessados, que efetuará licitação, na modalidade de concorrência, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta e regime de empreitada por preço unitário, sob a égide da Lei nº 14.133/2021.

1.3 De forma complementar, esta concorrência será realizada com base na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis a este objeto, na Instrução Normativa SECOM/PR nº 09/2025, e demais normas que compõem a legislação aplicável à licitações e contratações públicas,observadas as alterações posteriores introduzidas nos referidos diplomas legais.

1.4 A sessão pública para credenciamento, recebimento e abertura dos invólucros contendo as Propostas Técnicas e de Preços será realizada no dia 05 de outubro de 2026, às 10 horas, na Sala da Comissão Permanente de Licitação, localizada na Rua Dr. Luiz Antônio Garcia da Silveira, nº 16, Centro, Piraí/RJ.

2. OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de comunicação institucional, compreendendo assessoria de imprensa, planejamento de comunicação, relações e públicas envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, media training, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em canais oficiais off-line e online, planejamento e realização de entrevistas coletivas, no âmbito do Município de Piraí, conforme especificações e quantidades detalhadas neste instrumento e seus anexos.

2.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação institucional que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Piraí, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas.

2.2 Será contratada **1 (uma) empresa** prestadora de serviços de comunicação institucional doravante denominada licitante ou contratada.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R$** 1.205.320,93 (um milhão, duzentos e cinco mil, trezentos e vinte reais e noventa e três centavos), pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta dotação orçamentária 12402413100142195339039001500000.

3.3 O Município de Piraí se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4 No interesse do 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 nº 14.133/2021.

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

3.5.1 Na prorrogação, o CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a contratada, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.5.2 O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderão participar desta concorrência empresas especializadas na prestação de serviços de comunicação institucional que, cumulativamente:

a) sejam estabelecidas no País, que satisfaçam as condições e disposições contidas neste Edital; e

b) estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) ou estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF ou que apresentem a documentação relacionada

no item 11 deste Edital.

4.2 Não poderão participar desta concorrência as empresas especializadas na prestação de serviços de comunicação institucional:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Piraí;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

d) estrangeiras que não funcionem no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o CONTRATANTE;

f) que estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição; ou

g) que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1 Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU, e no Art. 91, §4º da Lei nº 14.133/2021.

4.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta, seja por intermédio de consórcio, ou isoladamente.

4.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 13.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos e materiais apresentados em qualquer fase do processo.

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços exigidos nesta concorrência, não sendo o CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1 Este Edital será fornecido, pelo CONTRATANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

- https://transparencia.pirai.rj.gov.br/secretaria-de-administracao/contratos-e-licitacoes-administracao-2026/concorrencia-eletronica-2026

5.2 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Informativo Oficial do Município de Piraí e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente De Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolizado na Secretaria Municipal de ADMINISTRAÇÃO, sito na Rua Dr. Luiz Antônio Garcia da Silveira, nº 16, Centro, em Piraí, Estado do Rio de Janeiro, de segunda a sexta-feira, das 09h às 17h; ou

- pelo e-mail: licitacaopmpirai@gmail.com

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação em até 03 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

6.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, na página eletrônica https://transparencia.pirai.rj.gov.br/secretaria-de-administracao/contratos-e-licitacoes-administracao-2026/concorrencia-eletronica-2026, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possa propiciar a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 2 (Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada).

6.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços previstos nos subitens 9.2 e 9.3.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, serão protocolados pela Comissão Permanente De Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:.

- por carta ou ofício: protocolizado na Secretaria Municipal de ADMINISTRAÇÃO, sito na Rua Dr. Luiz Antônio Garcia da Silveira, nº 16, Centro, em Piraí, Estado do Rio de Janeiro, de segunda a sexta-feira, das 09h às 17h; ou

7.2 A impugnação também poderá ser realizada na forma eletrônica, pelo e-mail licitacaopmpirai@gmail.com, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

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

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

7.5 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170 da Lei nº 14.133/2021.

7.6 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

I - o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

7.6.1 Considera-se licitante, para efeito do inciso I do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com os Documentos de Habilitação e com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

8.1.3 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. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação 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.

8.2 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.

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

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2 deste Edital.

9. RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DAS PROPOSTAS

9.1 Os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas e de Preços das

licitantes deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme o disposto nos itens 10, 13 e 15 deste Edital.

9.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.3 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços das licitantes serão recebidos na mesma data, local e horário, mencionados e abertos em datas, locais e horários a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

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

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 20 e na legislação.

10. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Invólucro nº 1

10.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação acondicionados no Invólucro nº 1, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 1
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 010/ 2026 – Prefeitura Municipal de Piraí

10.2 O Invólucro nº 1 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que tratam, até sua abertura.

11. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

a) em original; ou

b) sob a forma de certificado emitido por Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado; ou

c) sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou;

d) em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

e) em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanentede Licitação, no ato da abertura dos invólucros com os Documentos de Habilitação; ou

f) A documentação exigida para fins de habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista e econômico-financeira, poderá ser substituída pelo registro cadastral no SICAF.

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

11.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

11.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos subitens a seguir:

11.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá 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 Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

11.2.2 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 a domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda Federal, Estadual e/ou Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho.

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

11.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

11.2.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 120 (cento e vinte) 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.

11.2.3 Qualificação Técnica

a) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, nos termos do Apêndice I do Anexo I deste Edital, dentro dos últimos 5 (cinco) anos a contar da data da publicação do presente edital.

a1) a(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) previstas na alínea 'a' deverão ser apresentadas em papel timbrado de, no mínimo, 2 (dois) clientes diferentes, assinados, com telefone de identificação dos representantes dos respectivos declarantes.

a2) para cumprimento da presente exigência a licitante deverá comprovar experiência de no mínimo 3 (três) anos, na execução de pelo menos 50% (cinquenta por cento) dos Produtos e Serviços Essenciais, previstos nos itens 1, 2, 3 e 10 do Apêndice I do Anexo I deste Edital, considerada parcela maior relevância;

b) comprovação de possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços, profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao objeto da licitação;

b1) a aderência da formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente ao objeto da contratação, disposta na alínea anterior, deverá ser demonstrada pela licitante, por meio da descrição da experiência do profissional indicado, para avaliação da Comissão Permanente de Licitação e, nos casos de dúvida, da área técnica vinculada à licitação;

b2) o profissional indicado pela licitante para fins de comprovação da capacitação técnico-profissional deverá coordenar a execução dos serviços objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo CONTRATANTE.

b3) Os responsáveis técnicos e/ou membros da equipe técnica acima elencados deverão pertencer ao quadro permanente da licitante, na data prevista para entrega da proposta, entendendo-se como tal, para fins deste Termo de Referência, o sócio que comprove seu vínculo por intermédio de contrato social/estatuto social; o administrador ou o diretor; o empregado devidamente registrado em Carteira de Trabalho e Previdência Social; e o prestador de serviços com contrato escrito firmado com o licitante, ou com declaração de compromisso de vinculação contratual futura, caso o licitante se sagre vencedor do certame.

11.2.4 Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial dos 02 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133/2021, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais

quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) O balanço patrimonial deverá estar assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) Se necessária a atualização do balanço e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da empresa e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) O balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou no Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, apresentado conforme inciso IV:

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

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

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

11.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

11.2.4.2 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 11.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

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

a) o índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

11.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 11.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

11.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, ambas do subitem 11.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 1 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

11.2.5 Declarações

a) Declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2022, de que cumpre o no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À **Comissão Permanente de Licitação** **Referente Concorrência nº 010/ 2026**
<nome da licitante, se for o caso, consórcio>, inscrita no CNPJ sob o nº_____, por intermédio de seu representante legal_____, portador(a) da Carteira de Identidade nº_____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº_____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.
<se for o caso acrescentar a ressalva a seguir> Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz. <local e data> _____ <representante legal da licitante>

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta:

À
Comissão Permanente de Licitação

Referente Concorrência nº 010/ 2026

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela<nome da licitante>, doravante denominada <nome fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 11.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do Município de Pirai 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.

<local e data>

_____
<representante legal da licitante>

11.3 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

11.4 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 70, II da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 11.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 11.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

11.5 A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF ou no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

a) documentos de Habilitação Jurídica, previstos no subitem 11.2.1;

b) documentos de Qualificação Técnica, previstos no subitem 11.2.3;

c) comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo, no valor estabelecido no subitem 11.2.4.4, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 12.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 11.2.5.

11.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 11.5 não estiverem disponíveis no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 1, dos documentos de que trata a alínea 'b' do subitem 11.2.4 ou, se for o caso, o subitem 11.2.4.1 deste Edital.

11.5.2 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 1, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF ou do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

12. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

12.1 A Comissão Permanente de Licitação examinará os Documentos de Habilitação das licitantes que cumpram as condições de participação estabelecidas no item 4 deste Edital e julgará habilitadas as licitantes que atenderem integralmente os requisitos de habilitação exigidos neste instrumento convocatório.

12.1.1 A habilitação das licitantes será verificada por meio do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado, nos documentos por ele

abrangidos, ou mediante a análise da documentação apresentada pelas licitantes não cadastradas no referido sistema.

12.2 Para a análise da habilitação das licitantes, na forma do subitem 12.1 ou 12.1.1, também serão realizadas consultas; ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

12.2.1 A situação das licitantes que optaram por efetuar sua habilitação conforme previsto no subitem 11.5 será verificada por meio de consulta *on-line* no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado ou no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

12.2.1.1 A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

12.2.1.2 Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado e comprovar,mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Permanente de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, gestor do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado e do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF.

12.2.1.2.1 O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

12.3 Será inabilitada a licitante:

a) em cuja Declaração de Situação conste qualquer documento obrigatório com prazo de validade vencido e que não apresente tais documentos atualizados em conjunto com os Documentos de Habilitação exigidos neste Edital;

b) cujo cadastramento esteja suspenso ou inativo;

c) que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado ou apresentá-lo com vícios ou defeitos, bem

como não atender as condições para habilitação previstas neste Edital;

d) que não reste comprovada a regularidade trabalhista, por meio da consulta prevista no inciso II do subitem 12.2.1 deste Edital.

12.4 Se nenhuma licitante restar habilitada, o Município de Piraí abrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadaspara apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, observado o disposto no subitem 23.2 deste Edital.

13. ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

13.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 2, nº 3 e nº 4.

Invólucro nº 2

13.1.1 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, disposto no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

13.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Município de Piraí. Esse invólucro só será entregue à licitante que o solicite formalmente com 1 (um) dia de antecedência, pelo menos, através do endereço eletrônico: secom@pirai.rj.gov.br, e o retire de segunda a sexta-feira no horário das 9h às 12h e das 13h às 17h, até o dia útil anterior à data da da primeira sessão, na Secretaria Municipal de Comunicação, localizada no seguinte endereço: Praça Getúlio Vargas, s/nº, Centro, Piraí/RJ.

13.1.1.2 O Invólucro nº 2 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 3, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 2 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

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

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

Invólucro nº 3

13.1.2 No Invólucro nº 3 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada das licitantes, disposto no

Apêndice II do Anexo I deste Edital.

13.1.2.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 010/ 2026 – Prefeitura Municipal de Piraí

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

Invólucro nº 4

13.1.3 No Invólucro nº 4 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Comunicação Institucional dispostos no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

13.1.3.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 010/2026 – Prefeitura Municipal de Piraí

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

13.1.3.3 O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do

Invólucro nº 3.

14. APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

14.1 As orientações pertinentes à apresentação das Propostas Técnicas e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

15. ENTREGA DOS DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

Invólucro nº 5

15.1 No Invólucro nº 5 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

15.1.1 O Invólucro nº 5 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 010/ 2026 – Prefeitura Municipal de Piraí

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

16. APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

16.1 As orientações pertinentes à apresentação das Propostas de Preços e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Apêndice III do Anexo I deste Edital.

17. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

17.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

17.2 As propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, membros que sejam formados em Comunicação Social ou que tenham atuado nessa área nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

17.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o Município de Piraí.

17.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, dentre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

17.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

17.3.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 17.3, a Comissão Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 17.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

17.3.2 A relação dos nomes referidos no subitem 17.3 será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Informativo Oficial do Município de Piraí, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

17.3.3 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Município de Piraí, nos termos dos subitens 17.2.1, 17.3 e 17.3.1 deste Edital.

17.3.4 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 17.3, mediante a apresentação à

Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

17.3.5 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.

17.3.6 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(s) nome(s) impugnado(s), respeitado o disposto neste item.

17.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior à quantidade disposta no subitem 17.3 deste Edital.

17.3.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

17.3.7 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 17.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

17.4 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5, *caput*, da Lei 14.133/2021.

17.4.1 Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, ... , Matrícula nº....., lotado no ....., integrante da Comissão Permanente de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº ...../..... realizado pelo(a) ....., para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional, comprometo-me a

manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Permanente de Licitação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Permanente de Licitação que agora ocupo;
IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Permanente de Licitação;
VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Permanente de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e
VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: _____de _____de _____

_____
Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de comunicação institucional é processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Insitucional– Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Permanente de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independentemente do cargo/função exercida no órgão/entidade contratante ou de origem.

A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Permanente ou Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

2. Eu, ..., Matrícula nº....., vinculado(a) ao ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a)....., para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data: _____de _____de _____

_____
Assinatura

17.4.1.1 Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do Título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

18. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

18.1 A juízo da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Informativo Oficial do Município de Piraí é obrigatória:

a) nas sessões de abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

19. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

19.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do contratante,
por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, protocolizada na Secretaria Municipal de ADMINISTRAÇÃO, sito na Rua Dr. Luiz Antônio Garcia da Silveira, nº 16, Centro, em Piraí, Estado do Rio de Janeiro;

19.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 3 (três) dias úteis.

19.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

19.4 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

19.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

19.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o CONTRATANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

20.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

20.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 8 deste Edital.

20.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar os Documentos de Habilitação e as Propostas nas sessões públicas.

20.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

20.1.4 A análise dos Documentos de Habilitação das licitantes, o julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final da

concorrência serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

20.1.5 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Permanente de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 17.4.1.

20.1.6 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

20.1.7 Por ocasião da abertura dos invólucros nº 1, nº 2 e nº 4, para rubrica dos conteúdos pela Comissão Permanente de Licitação e pelas licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem a sua reprodução sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

20.1.8 A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

20.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 deste Edital e terá a seguinte pauta:

a) identificar os representantes das licitantespresentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber das licitantes em condições de participação os Invólucrosnº 2, nº 3, nº 4 e nº 5 cujos fechos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada, os quais ficarão sob a responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação;

d) conferir a conformidade de apresentação dos invólucros com as disposições deste Edital.

20.2.1 O Invólucro nº 2, com o Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada das licitantes só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se:

I) não estiver identificado;

II) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 3;

III) não estiver danificado ou deformado pelos materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 3.

20.2.1.1 Na ocorrência de qualquer das hipóteses acima previstas, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro nº 2, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

20.2.2 A primeira sessão prosseguirá com os seguintes procedimentos:

a) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 2, padronizados e apócrifos;

b) abrir e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 4;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 2 e nº 4;

d) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 18 deste Edital

20.2.3 A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 20.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada.

20.2.3.1 Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na segunda sessão, os Invólucros nº 2, com o Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Permanente de Licitação.

20.2.4 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 2 e nº 4, a Comissão Permanente de Licitação ou os representantes das

licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.5 A Comissão Permanente de Licitação **não** lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 2, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 20.2.2 deste Edital.

20.2.6 Abertos os Invólucros nº 2 e nº 4, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

20.3 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, serão adotados, nesta precisa ordem, com a seguinte pauta básica:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, de todos os Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria, para as seguintes providências;

a1) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital;

a2) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 2;

a3) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 2, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional) das licitantes habilitadas;

a4) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional) das licitantes habilitadas, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

a5) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 4.

20.3.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 2.4 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.3.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 2.4 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 3.

20.3.2 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 20.3 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

Segunda Sessão

20.4 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 2 e nº 4, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 18, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 3;

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 3 (Plano de Comunicação Institucional - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica das licitantes, desconsiderando eventuais pontuações das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Institucional que não obtiveram correspondência com as Vias Identificadas das licitantes habilitadas;

e) identificar a Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL), conforme disposto no subitem 2.5 do Apêndice II do Anexo I;

f) abrir os Invólucros nº 5, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

g) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

h) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

i) identificar o Índice de Preço (IP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 21.3 deste Edital;

j) identificar a Pontuação Final (PF) de cada licitante, conforme disposto no subitem 21.4 deste Edital e informar que os respectivos resultados serão publicados na forma do item 18, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 19 deste Edital.

20.5 Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Permanente de Licitação.

Terceira Sessão

20.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma dodo item 18, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) receber das licitantes em condições de participação os Invólucros nº 1;

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) abrir os Invólucros nº 5, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 1;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021; e

g) informar que será publicado, na forma do do item 18, o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

21. JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA

21.1 O julgamento final desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Técnica e Preço, sendo adotados pela Comissão Permanente de Licitação os seguintes procedimentos:

I - Identificação do Índice Técnico (IT) de cada licitante;

II - Identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante; e

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

21.2 O Índice Técnico (IT) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula IT = PTL/MPT, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IT = Índice Técnico.

PTL = Pontuação Técnica da Licitante, nos termos do subitem 2.5 do Apêndice II do Anexo I deste Edital.

MPT = Maior Pontuação Técnica dentre as apresentadas pelas licitantes.

21.3 O Índice de Preços (IP) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula IP = (PPL/MPD), utilizando-se duas casas decimais, onde:

IP = índice de Preços;

PPL = Percentual Proposto pela Licitante no quesito Percentual de Desconto (serviços essenciais);

MPD = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL.

21.4 A Pontuação Final (PF) de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula PF = (IT x PT) + (IP x PP), utilizando-se duas casas decimais, onde:

PF = Pontuação Final.

IT = Índice Técnico.

PT = Peso Técnico, que corresponde a 70% (setenta por cento).

IP = Índice de Preços.

PP = Peso de Preços, que corresponde a 30% (trinta por cento).

21.5 Será vencedora desta concorrência a licitante que mantenha as condições de participação estabelecidas no item 4 deste Edital e que:

a) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 12 deste Edital; e

b) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 21.4 deste Edital.

22. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

22.1 Não tendo sido interposto recurso no julgamento final da concorrência, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 29.10 deste Edital.

22.2 Imediatamente após a homologação do resultado desta concorrência, o a Comissão Permanente de Licitação elaborará e encaminhará à Secretaria Municipal de Comunicação relatório contendo a exposição dos principais atos e fatos pertinentes ao procedimento licitatório.

23. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

23.1 A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo III deste Edital.

23.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

23.1.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 90, § 5º da Lei nº 14.133/2021.

23.2 Antes da celebração do contrato, o CONTRATANTE efetuará consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

23.3 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, conforme Cláusula Nona da Minuta deContrato (Anexo III).

23.4 O CONTRATANTE poderá rescindir o contrato que vier a ser assinado, nas condições estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo III).

23.5 A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

23.6 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a

Proposta de menor preço.

24. GARANTIA DE EXECUÇÃO

24.1 A **CONTRATADA**, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços.

24.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

24.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta do Contrato (Anexo III).

24.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens xx e xx, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem oart. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

24.2 Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;
b) seguro-garantia;
c) fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

24.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em conta indicada no momento oportuno, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

24.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato,

acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

24.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

24.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

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

a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

b) prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

c) multas moratórias e punitivas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e

d) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**

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

24.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e no contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

24.10 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

24.11 Se houver acréscimo ao valor do contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

24.12 Na hipótese de prorrogação do contrato, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

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

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

24.14.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do IPCA, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

24.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 24.2 deste Edital.

24.15.1 Aceita pela CONTRATANTE, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

25. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

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

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

25.1.2 Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE.**

25.1.3 Executar todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, mediante demanda da **CONTRATANTE**.

25.1.4 Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela **CONTRATANTE**.

25.1.5 Obter a autorização prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada ao contrato.

25.1.6 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores especializados, desde que as ocorrências não tenham sido por eles causadas.

25.1.7 Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

25.1.8 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica desta concorrência, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

25.1.8.1 Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual,a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, *softwares*, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

25.1.8.2 Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a **CONTRATANTE**, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

25.1.9 Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

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

25.1.11 Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pela **CONTRATANTE**, se comprometendo, por si

e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

25.1.12 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.

25.1.13 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

25.1.14 Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos 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.

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

25.1.16 Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

25.1.17 Responder perante a **CONTRATANTE** por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato.

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

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

25.1.20 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à **CONTRATANTE** as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

25.1.21 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de

propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

25.1.22 Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

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

25.1.24 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

25.1.25 Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços à **CONTRATANTE** estabelecidas no Edital e seus anexos.

25.2 São obrigações da **CONTRATANTE**, além de outras assumidas no contrato:

a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores especializados, pela **CONTRATADA**;

e) notificar a **CONTRATADA**, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

g) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

25.2.1 A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

26. FISCALIZAÇÃO

26.1 O CONRATANTE nomeará gestor e fiscal para acompanhar e

fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo III).

27. PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

27.1 Para pagamento das despesas referentes à execução dos produtos e serviços objeto da presente contratação e para remuneração da contratada deverão ser observados os conteúdos dispostos na Cláusula Oitava do Anexo III deste Edital.

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre o valor estimado da contratação, de que trata o subitem 3.1 deste Edital, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o contrato no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

28.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 23.1.1.1 deste Edital.

28.2 O descumprimento total ou parcial das disposições deste Edital ou das obrigações assumidas no contrato, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo III).

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

29.2 A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria da infraestrutura e recursos materiais que as empresas classificadas apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito

Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato.

29.3 A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 3, nas situações elencadas nos subitens 29.1 e 29.2.

29.4 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser inabilitada ou desclassificada se o CONTRATANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.4.1 Se ocorrer inabilitação ou desclassificação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

29.5 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

29.6 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

29.7 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CONTRATANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

29.8 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

29.9 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

29.10 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

29.10.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

29.10.2 O CONTRATANTE poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

29.11 Antes da data marcada para o recebimento dos Invólucros com os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

29.12 Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Informativo Oficial do Município de Piraí, na forma prevista no art. 94, I da Lei nº 14.133/2021.

29.13 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas elegem o Foro da Comarca de Piraí/RJ.

29.14 Integram Este Edital os seguintes documentos:

a) Anexo I: Termo de Referência:

- Apêndice I: Produtos e Serviços Essenciais
- Apêndice I-A: Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitário dos Produtos e Serviços Essenciais
- Apêndice II: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas
- Apêndice II-A: *Briefing*
- Apêndice III: Apresentação e Julgamento da Proposta de Preços
- Apêndice III-A: Modelo de Proposta de Preços

b) Anexo II: Modelo de Procuração;

c) Anexo III: Minuta de Contrato;

Piraí, 10 de agosto de 2026

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Prestação dos serviços de comunicação institucional, compreendendo assessoria de imprensa, planejamento de comunicação, relações e públicas envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, media training, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em canais oficiais off-line e online, planejamento e realização de entrevistas coletivas, no âmbito do Município de Piraí, conforme especificações e quantidades detalhadas neste Termo de Referência.

1.2. NATUREZA: Prestação de Serviço

1.2.1 Conforme disposto no art. 6º, XIV, da Lei nº 14.133/2021, os serviços objeto do presente Termo de Referência classificam-se como serviços especiais, por apresentarem padrões de desempenho e qualidade que podem ser objetivamente definidos pelo edital por meio de especificações usuais de mercado.

1.3. ESPECIFICAÇÃO E QUANTIDADE

ITEM	UND.	QUANT.	DESCRIÇÃO	PREÇO UNIT.	PREÇO TOTAL
01	Mês	12	Prestação dos serviços de comunicação institucional, compreendendo assessoria de imprensa, planejamento de comunicação, relações e públicas envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, media training, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em canais oficiais off-line e online, planejamento e realização de entrevistas coletivas, no âmbito do Município de Piraí.	R$ 1.205.320,93	R$ 1.205.320,93
VALOR TOTAL				**R$ 1.205.320,93**	

1.4. VIGÊNCIA CONTRATUAL

1.4.1. O prazo de prestação dos serviços objeto deste Termo de Referência será de 12 (doze) meses, a partir da assinatura do contrato e emissão da ordem de serviço, podendo ter sua duração prorrogada a critério da Administração, tendo em vista tratar-se de

serviço de natureza continuada de necessidade pública permanente a ser satisfeita, desde que os preços e condições sejam vantajosos para a Administração, nos termos do disposto no Art. 107, da Lei nº. 14.133/21.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

2.1. A presente contratação tem por finalidade garantir que a Prefeitura de Piraí desenvolva e execute um planejamento de comunicação estratégico capaz de assegurar que suas mensagens cheguem de forma integrada, organizada e eficiente à população, considerando a ampliação dos canais e ferramentas de comunicação, a necessidade de aprimorar o diálogo com moradores e turistas, bem como as particularidades geográficas do município, que possui grande extensão territorial às margens da Dutra e população dispersa. A contratação visa suprir a demanda por profissionais especializados para produção de conteúdos e atendimento nos meios tradicionais e digitais, como redes sociais, site, aplicativos e demais plataformas que venham a ser implementadas, assegurando o cumprimento dos princípios da eficiência, impessoalidade, publicidade e transparência prevista no artigo 37 da Constituição Federal. Ademais, atende ao direito de acesso à informação estabelecido pela Lei Federal nº 12.527/2001 e encontra respaldo jurídico nas disposições da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 14.133/2021, quando aplicável, garantindo que o Município comunique suas ações públicas de forma clara, célere e eficaz.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1. A descrição da solução como um todo, conforme definido no Estudo Técnico Preliminar, compreende atividades especializadas de comunicação institucional, incluindo assessoria de imprensa, planejamento estratégico de comunicação, relações públicas, clipping, auditoria e monitoramento de imagem, media training, produção de conteúdo escrito e audiovisual, além de ações de relacionamento em canais oficiais online e offline. A solução visa garantir a execução integrada dessas atividades, promovendo a transparência, a publicidade dos atos administrativos e o fortalecimento da imagem institucional do Município de Piraí, assegurando que as informações de interesse público sejam divulgadas de forma clara, precisa e acessível à população.

4. REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO

4.1. A contratação refere-se à prestação de serviços especiais, cujos padrões de desempenho e qualidade foram definidos de forma objetiva por meio de especificações técnicas adequadas. Em razão dessa natureza, a contratação deve ocorrer mediante licitação na modalidade concorrência, em forma presencial, adotando-se o critério de julgamento técnica e preço, conforme estabelece o artigo 5º da Lei Federal nº 12.232/2010.

5 - CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO E JULGAMENTO

5.1. Na contratação pretendida, haverá previsão de atendimento a requisitos mínimos de qualificação técnica por parte dos proponentes que consideram a importância, complexidade e definição aprofundada, o recomendado é adoção do critério de julgamento técnica e preço, de modo a atender tais exigências.

5.2. Considerando que o critério de julgamento enseja a vinculação da Administração Pública licitante quanto à análise e seleção das propostas, inerentemente quanto ao foco específico pretendido e priorizando quando da escolha.

5.3. Portanto, foram definidas regras claras, objetivas e adequadas e que melhor se adeque ao objeto da futura contratação, evitando-se subjetivismos, dúvidas e incertezas quanto ao procedimento a ser seguido não apenas pela Administração, mas pelos proponentes interessados.

5.4. Os critérios levarão em consideração quando da avaliação das propostas, os pontos apresentados pelos proponentes para justificar a gradação de notas ou do julgamento de qual proposta é a mais adequada ao objeto do futuro contrato.

5.5. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

5.6. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) Não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
b) Obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos da Proposta Técnicas;

5.7. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no Edital e seus anexos.

6 - APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

6.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

6.1.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
6.1.1.1. Raciocínio Básico
6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Institucional
6.1.1.3. Solução de Comunicação Institucional
6.1.1.4. Plano de Implementação
6.1.1.5. Capacidade de Atendimento
6.1.1.6. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional

6.2. QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL - VIA NÃO IDENTIFICADA: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m ^{2} , ambas em branco;
c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75rg/m^2, orientação retrato;
d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
g) alinhamento justificado do texto;
h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos;
i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
j) sem identificação da licitante.

6.3. As especificações não se aplicam aos exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional.

6.4. Os subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Institucional e Solução de Comunicação Institucional poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;
b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;
c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

6.5. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Plano de Implementação poderão:

I - ser editados em cores;
II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;
III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

6.5.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

6.5.2 Os exemplos de ações e/ou materiais integrantes do subquesito Solução de Comunicação Institucional deverão ser apresentados separadamente do caderno.

6.5.3 O Plano de Comunicação Institucional Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro.

6.5.4 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Institucional e da relação prevista estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

6.5.5. Os textos, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

6.5.6 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Institucional e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto e devem seguir as especificações.

6.6. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, observadas as seguintes disposições:

7.1. SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - APRESENTAÇÃO EM QUE A LICITANTE DESCREVERÁ:

a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;
c) compreensão da relação do Município de Piraí, com seus diferentes públicos;
d) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

7.2. SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL - APRESENTAÇÃO E DEFESA DA ESTRATÉGIA PROPOSTA PELA LICITANTE PARA SUPERAR O DESAFIO E ALCANÇAR OS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO ESTABELECIDOS NO BRIEFING, COMPREENDENDO:

a) explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do Município de Piraí, no seu relacionamento com a imprensa tradicional, formadores de opinião, especialista, órgãos de controle e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do Briefing.
b) proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de comunicação institucional utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.

7.2.1 A licitante não poderá contemplar na Estratégia de Comunicação Institucional atividades de promoção e a realização de eventos, sem vínculo com a natureza de uma ação de Comunicação Institucional, de relacionamento com a imprensa e de relações públicas.

7.2.2 SUBQUESITO 3 - SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL - APRESENTAÇÃO DAS AÇÕES E/OU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE ACORDO COM A ESTRATÉGIA PROPOSTA, CONTEMPLANDO:

a) relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou materiais de comunicação institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta.

7.3.3.1. O detalhamento mencionado deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou instrumento de comunicação institucional e seu público-alvo no âmbito da estratégia proposta.

7.3.3.2. Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou materiais de comunicação institucional superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplosdeverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

7.3.3.3. Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) textos, roteiros, storyboards, leiautes impressos e/ou montados ('boneca');
b) storyboards animados ou animatics;
c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.
d) O 'monstro', o leiaute eletrônico, o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

7.3.3.4 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

7.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para materiais finalizados, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

7.3.3.6. Para facilitar seu cotejo com a relação prevista, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou material de comunicação institucional.

7.3.3.7. Para fins de cômputo das ações e/ou materiais de comunicação institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras

a) as variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;
b) cada mapa de influenciadores relacionado aos diferentes aspectos do Briefing será considerado 01 (um) novo exemplo;
c) um media training estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado 01 (um) exemplo;
d) um manual distribuído em um treinamento será considerados 02 (dois) exemplos.

7.3.4. SUBQUESITO 4 - PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO - A LICITANTE DEVERÁ APRESENTAR E DEFENDER UM PLANO PARA

DESENVOLVIMENTO DAS AÇÕES E/OU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL CONSTANTES DE SUA PROPOSTA, CONTEMPLANDO:

a) cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, com os respectivos públicos e períodos;
b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação institucional, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

7.3.4.1. As licitantes deverão apresentar o orçamento com base:

a) na verba referencial para investimento;
b) nos valores cheios dos preços unitários previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais.

7.3.4.2. Todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que integrarem a relação prevista, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

7.4 O Plano de Comunicação Institucional - Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Institucional Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou materiais da Solução de Comunicação Institucional, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;
II - ser datado;
III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8. QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, sem limite determinado de páginas.

8.1. O caderno específico não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

8.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação institucional, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que serão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

b.1) a formação técnica da equipe de profissionais da licitante será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente na área de comunicação social, com habilitação em jornalismo, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do curriculum vitae resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados e diplomas, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o CONTRATANTE, considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da contratada como nas dependências do CONTRATANTE.

8.2. QUESITO 3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais de comunicação institucional que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.2.1. Os documentos, as informações e as ações e/ou materiais dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro.

8.2.2. A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos, cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação institucional propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

I - deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações de comunicação institucional solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

IV - deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade;

VI - deverá ter sido implementado até, no máximo, 5 (cinco) anos antes da publicação do edital da licitação.

8.2.3. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

8.2.4 A exigência de que os relatos apresentados tenham sido implementados até, no máximo, 5 (cinco) anos antes da publicação do edital da licitação justifica-se pela natureza dinâmica e acelerada do setor de comunicação institucional. Considerando a rápida evolução tecnológica, a constante transformação dos hábitos de consumo de mídia e o surgimento de novas plataformas, um período superior a três anos tornaria a experiência apresentada defasada e, portanto, insuficiente para atestar a capacidade técnica da licitante em lidar com o atual cenário. Experiências anteriores a esse marco, embora possam comprovar conhecimento histórico, não garantem a familiaridade com as ferramentas, métricas e estratégias contemporâneas que são indispensáveis para a execução plena e eficaz dos serviços previstos neste Termo de Referência. Desta forma, a limitação temporal visa assegurar que a contratada possua repertório atualizado e compatível com as demandas atuais do mercado e da nossa instituição.

8.2.5. É permitida a inclusão de até 03 (três) ações e/ou materiais de comunicação institucional, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I - na versão digital: deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II - na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada ação e/ou material de comunicação institucional, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

9. JULGAMENTO

9.1. As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

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

9.2.1 QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

9.2.1.1. SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO

a) a competência demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados relativos às necessidades de comunicação institucional identificadas;
c) a adequação demonstrada na análise da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos;
d) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

9.2.1.2 SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do Município de Piraí às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação institucional do CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;
c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação institucional pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
e) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação institucional proposta e os efeitos e resultados esperados;
f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação institucional, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.

9.2.1.3. SUBQUESITO 3 - SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

a) o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação institucional com a estratégia proposta;
b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;
d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;
e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;
f) a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.

9.2.1.4. SUBQUESITO 4 - PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing;

b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.

9.2.1.5. QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação institucional e o período de atendimento a cada um;
b) a formação técnica e experiência dos profissionais da licitante em comunicação institucional e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE;
c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;
d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante.

9.2.1.6. QUESITO 3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação institucional em cada relato;
b) a demonstração de que a solução de comunicação institucional contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;
d) a qualidade da execução das ações e/ou materiais de comunicação institucional desenvolvidos pela licitante para seu cliente;
e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

9.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.
9.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas e critérios estabelecidos.
9.3.2 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS e SUBQUESITOS

10. PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL (Pontuação Máxima: 80)

10.1. RACIOCÍNIO BÁSICO (Pontuação Máxima: 15)
10.2. Atende: 15
10.3. Atende parcialmente: 7,5
10.4. Não atende: 0

11. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA INSTITUCIONAL (Pontuação Máxima: 25)
11.1. Atende: 25
11.2. Atende parcialmente: 12,5

11.3. Não atende: 0

12. SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA INSTITUCIONAL (Pontuação Máxima: 25)
12.1. Atende: 25
12.2. Atende parcialmente: 12,5
12.3. Não atende: 0

13. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO (Pontuação Máxima: 15)
13.1. Atende: 15
13.2. Atende parcialmente: 7,5
13.3. Não atende: 0

14. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (Pontuação Máxima: 10)

14.1. RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES (Pontuação Máxima: 3)
14.2. Presença de clientes integrantes do Poder Executivo: 3
14.3. Presença de clientes com atuação nacional e regional: 2
14.4. Apenas clientes com atuação regional: 1

15. QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS (Pontuação Máxima: 3)
15.1. Mais de 8 profissionais com experiência superior a 10 anos: 3
15.2. Até 8 profissionais com experiência superior a 10 anos: 2
15.3. Até 6 profissionais com experiência superior a 10 anos: 1

16. INFRAESTRUTURA, INSTALAÇÕES E RECURSOS COLOCADOS À DISPOSIÇÃO DO CONTRATANTE (Pontuação Máxima: 2)
16.1. Atende: 2
16.2. Atende parcialmente: 1
16.3. Não atende: 0

17. SISTEMÁTICA OPERACIONAL DE ATENDIMENTO (Pontuação Máxima: 2)
17.1. Atende: 2
17.2. Atende parcialmente: 1
17.3. Não atende: 0

18. RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL (Pontuação Máxima: 10)

18.1 RELATO DE TRABALHO 1 (Pontuação Máxima: 5)
18.1.1 Atende: 5
18.1.2. Atende parcialmente: 2,5
18.1.3. Não atende: 0

19.2. RELATO DE TRABALHO 2 (Pontuação Máxima: 5)
19.2.1 Atende: 5
19.2.2. Atende parcialmente: 2,5
19.2.1.Não atende: 0

PONTUAÇÃO TOTAL: 100

19.3. Se a licitante não observar a quantidade estabelecida para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista.

19.3.1. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

19.3.2. 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.

19.3.3. 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.

19.3.4. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Institucional; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

19.3.5. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

19.3.6. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
b) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

19.3.7. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

20. SUBCOMISSÃO - JULGAMENTO TÉCNICO

20.1 Para contratação de empresa especializada na prestação dos serviços objeto deste estudo, para suprir as necessidades do Município de Piraí, terá o julgamento da proposta técnica por Banca.

20.2. A Banca tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência das autoridades do Município de Piraí, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

20.3. Todos os membros da Banca participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem. Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Banca, externamente ou internamente, antes da publicação do resultado do julgamento técnico.

21.4. Com relação à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**, deverá o licitante apresentar:

A) Prova de capacidade técnica, mediante apresentação de certidão (ões) ou atestado(s) fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, demonstrando a execução de serviços pertinentes e compatíveis com o objeto deste termo, dentro dos últimos 5 (cinco);

B) Experiência mínima de 3 anos na execução de pelo menos 50% da parcela maior relevância do contrato.

C) Profissional responsável com formação superior relacionada à comunicação e experiência comprovada de pelo menos 10 anos de experiência, sendo 7 em cargo de coordenação.

D) Pelo menos 3 profissionais com mais de 4 anos de experiência nas áreas relacionadas ao escopo da contratação.

E) Pelo menos 1 profissional com mais de 4 anos de experiência em mídias sociais.

22. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

22.1. CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

GESTÃO DE CONTEÚDO

22.1. Desenvolvimento contínuo de ações que virão a ser conteúdo para o planejamento mensal da comunicação da cidade de Piraí, tanto online quanto offline, sempre com o objetivo de fortalecer a ampla interlocução entre a Prefeitura e a sociedade.

22.2. Caberá à Contratada um desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com execução mensal, que contemplem as seguintes atividades:

22.2.1. Participar das reuniões de pauta semanal, apresentação de sugestão de pauta para conteúdo institucional e on-line, proposições de ações junto a imprensa e alinhamento com a equipe de gestores a ser definida pelo contratante.

22.2.2. Gerenciamento, articulação, documentação, acompanhamento contínuo do cliente, incluindo reuniões estratégicas, eventos institucionais e entendimento pleno das necessidades do CONTRATANTE, para proposição de um conjunto de produtos de comunicação institucional e serviços mais adequado para atendimento das necessidades, garantindo a qualidade da entrega de todos os serviços executados no âmbito da contratação.

22.2.3. Apurar todos os dados referentes a cada assunto definido pela CONTRATANTE, esmerando-se pela apresentação de notícias completas (com dados, pesquisas, elementos ilustrativos - como infográficos, tabelas, fotos e/ou outros);

22.2.4. Armazenar de forma organizada e estruturada e sistemática todos os conteúdos produzidos;

22.2.5. Distribuir os conteúdos produzidos aos canais de comunicação definidos estrategicamente na reunião de pauta.

22.2.6. Alimentar os canais oficiais da Prefeitura, atualizando o status de cada iniciativa, os indicadores de qualidade e desempenho das políticas públicas, e demais informações disponíveis de modo que a gestão utilize os mesmos dados em suas comunicações.

22.2.7. Elaboração de sugestões de ações de gerenciamento de eventuais crises e apresentação de relatórios mensal de ações realizadas e resultados com sugestões propostas advindas da reunião.

22.2.8. Planejamento de ações de comunicação semanais e mensais e assessoramento às autoridades, levantamento de informações, produção e envio de releases à imprensa, produção de conteúdo, em formatos multimídias diversos para canais institucionais e gestão junto a imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do Contratante.

22.2.9. Atendimento, recebimento, tratamento de respostas às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por meios eletrônicos).

22.2.10. Atendimento, recebimento, tratamento e resposta às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos)

22.2.11. Realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE (Contatos presenciais, telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos)

22.2.12. Produção e implementação de ações de comunicação dirigida para públicos estratégicos, como representantes, jornalistas, formadores de opinião e autoridades públicas

22.2.13. Antecipação e prevenção em relação a assuntos e situações que podem ter exposição negativa na mídia e que, de alguma forma, possam afetar negativamente a imagem do Contratante e seus representantes.

22.2.14. Preparação de porta-vozes para entrevistas e coletivas de imprensa em geral.

22.2.15. Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados aos públicos interno e/ou externo a partir de consultas a fontes oficiais, representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de outras entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como press releases, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, pautas especiais, posicionamentos, briefing, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

22.2.16. Planejamento, produção e divulgação de conteúdos, em diversos formatos multimídia, para divulgar ações do Contratante.

22.2.17. Cobertura fotográfica ou de vídeo institucional de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.

22.2.18. Edição de vídeos institucionais e elaboração de arte digital com movimento (motion) de interesse do CONTRATANTE, para disponibilização de conteúdo online para canais oficiais da prefeitura .

22.2.19. Criação de artes digitais de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno com as principais informações de interesse público a serem divulgadas a partir de solicitação da CONTRATANTE.

22.2.20. Comprovação de execução: relatório mensal contemplando a listagem de tarefas produzidas com detalhamento e status como:

22.2.20.1. Produtos e serviços sob demanda desenvolvidos.

22.2.20.2. Textos produzidos com indicação das fontes consultadas.

22.2.20.3. Textos publicados nas redes sociais e outras plataformas digitais.

22.2.20.4. Diagnósticos produzidos.

22.2.20.5. Planejamentos de conteúdo produzidos.

22.2.20.6. Solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.

22.2.20.7. Pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

22.2.20.8. Textos editados.

22.2.20.9. Planejamentos de conteúdo produzidos

22.2.20.10. Uma equipe específica de assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia será responsável por auxiliar no atendimento a jornalistas das mais diferentes mídias de abrangência local, regional, nacional e/ou internacional. Caberá à Contratada executar, como escopo de trabalho de assessoria de imprensa, os seguintes serviços:

22.2.20.10.1. Apuração e alinhamento de mensagens para elaboração de textos, notas oficiais e respostas para demandas de imprensa ou mídia on line, sempre de modo alinhado à estratégia de comunicação da Prefeitura de Piraí.

22.2.20.10.2. Caberá ainda aos profissionais realizar a interface com as equipes/responsáveis pelas principais empresas/páginas de mídia da cidade, do Estado e do Brasil, bem como atendimento a demandas de imprensa.

22.2.20.10.3. Os profissionais poderão serão escalados, por exemplo, a fazer visitas às redações de veículos da região, do estado ou nacionais, acompanhando gestores da Prefeitura de Piraí, mediar as agendas de relacionamento com a mídia, como encontros com editores, colunistas e diretores de redação; e supervisionar a equipe de assessores distribuídos nas demais funções para que as demandas de imprensa sejam analisadas, apuradas e respondidas. Os assessores deverão estar alinhados com o planejamento mensal da área de assessoria de imprensa em função do planejamento estratégico mais amplo elaborado e aprovado pela Contratante.

22.2.20.10.4. Relatório mensal captado com arquivos digitais dos vídeos ou em fotografia, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

22.2.20.10.5. Relatório mensal com arquivos digitais dos vídeos editados, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

22.2.20.10.6. Relatório mensal com imagens digitais estáticas para cards e ou banners em resolução de tela, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

22.2.21. Para execução da Gestão de Conteúdo a CONTRATADA deverá ter uma equipe mínima de 06 profissionais contendo:

22.2.21.1. Coordenador Executivo: Profissional de Comunicação com nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 10 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de conteúdo multimídia, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas ou influenciadores. Capacidade de analisar dados e sugerir ações para tomada

de decisão. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.

22.2.21.2. 02 profissionais de comunicação: Profissional de Comunicação com nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 4 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para produção de conteúdo multimídia e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. Capacidade de monitorar e analisar dados para apoio na tomada de decisão;

22.2.21.3. 01 profissional de cobertura de audiovisual - Profissional de cobertura fotográfica e de vídeo com experiência de no mínimo 4 anos;

22.2.21.4. 01 designer - Profissional de designer para elaboração de arte digital com conhecimento comprovado e experiência de no mínimo 4 anos.

22.2.21.5. 01 editor- Profissional de edição para captação e produção de vídeos com conhecimento comprovado e experiência de no mínimo 4 anos.

ANÁLISE DE IMAGEM

22.3. Produção diária de análise sobre a percepção dos principais veículos de comunicação de Piraí e região a respeito das ações desenvolvidas pela Prefeitura de Piraí, abrangendo os mais diferentes aspectos. A análise deverá ser entregue por meio eletrônico, a um mailing de destinatários controlado e definido pela Secretaria de Comunicação, até às 8h do dia subsequente à publicação dos textos, sejam eles veiculados em plataforma online ou impressa.

22.4. Os temas a serem cobertos pela Análise de Imagem são variados e abrangem todas as áreas de atuação do governo. As prioridades de cobertura devem ser alinhadas previamente com a CONTRATANTE. Entre os temas possíveis estão: avaliação de governo (política); criação e desenvolvimento de projetos sociais (cultura, educação, infância, terceira idade, geração de renda, esporte e lazer, entre outros); segurança pública (indicadores, eventuais crises e casos de repercussão nacional); desenvolvimento econômico (indicadores de emprego e produção industrial); meio ambiente (iniciativas de preservação ambiental); ciência e tecnologia (projetos desenvolvidos por universidades, institutos ou fundações de pesquisa, bem como por incubadoras de negócios); atuação de órgãos governamentais — estaduais, municipais ou federais — com impacto sobre a Prefeitura de Piraí; turismo; infraestrutura; e outros temas que reflitam a ação governamental.

22.5. O escopo de notícias avaliadas para a produção da análise deve abranger os principais veículos impressos e on-line, de circulação local e regional. Pelo menos dois jornais de circulação regional, além do jornal de maior circulação do RJ, pelo menos duas emissoras de rádio que veiculam notícias da região, bem como dois blogs que divulguem temas relativos à cidade.

22.6. Comprovação de execução: arquivo eletrônico contendo a totalidade das análises diárias efetivamente produzidas ao longo do mês.

22.7. Métrica: 1 (uma) análise, com indicação comprovada das fontes de notícias utilizadas (por meio de links no texto remetendo aos conteúdos (online) para a avaliação do respectivo conteúdo:

PLANO INTEGRADO DE COMUNICAÇÃO

22.8. Início do trabalho da Contratada pressupõe uma imersão na realidade e nas necessidades de comunicação da prefeitura com a sociedade, levando-se em consideração as diversas ferramentas e plataformas disponíveis. O Plano é derivado de entrevistas, visitas a órgãos da Prefeitura, pesquisas em bancos de dados, análises de benchmarking e outros e resultará no planejamento anual de comunicação para a cidade.

22.9. O plano, por sua vez, deverá seguir os princípios que regulamentam a Administração Pública e as diretrizes de comunicação determinadas pela Prefeitura de Piraí, com a devida indicação dos resultados a serem alcançados. Além da reputação da própria gestão, o plano deverá explicitar e programar as ações de interlocução direta com os segmentos da sociedade civil, em busca da participação popular e da transparência na formulação, no desenvolvimento e na prestação de contas sobre políticas públicas e sobre a gestão.

22.10. Os procedimentos, as mensagens, os projetos especiais, o organograma de comunicação, a sistematização do fluxo de informações e a parte tática das ações deverão ser explicitadas no Plano de Comunicação.

22.11. O planejamento de comunicação orientará todas as áreas internas do governo, acerca das estratégias gerais de comunicação institucional. Além de ser formulado, necessita ser apresentado e alinhado e aprovado com a comunicação da Prefeitura. O conteúdo deverá ser formulado por frentes de atuação em comunicação (imprensa; comunicação com comunidades; relações públicas etc.)

22.12. Comprovação de execução: o plano de comunicação completo contempla todos os requisitos citados acima.

22.13. O documento deverá conter ainda indicações de viabilidade de execução das ações propostas.

AUDITORIA DE IMAGEM

22.14. Percepção da população e de formadores de opinião na mídia e em redes sociais por meio da execução de auditorias de imagem sobre as ações da Prefeitura de Piraí.

22.15. Caberá à contratada apresentar metodologia consistente para a realização das auditorias, levando-se em consideração que o trabalho proposto precisa abranger tanto a percepção da população quanto da mídia profissional. A metodologia adotada precisa contemplar as informações obtidas por meio de matriz Swot, indicando pontos fortes, fracos e ameaças à imagem da gestão.

22.16. Comprovação de execução: relatório final de auditoria de imagem, contendo a descrição das metodologias e das ferramentas utilizadas. As métricas utilizadas devem ser passíveis de comparação tendo como parâmetro o período de análise. O relatório final deve conter recomendações futuras.

22.17. Métrica: Arquivo contendo relatório de auditoria em arquivo incluindo gráficos e avaliação objetiva, obtida das ferramentas utilizadas.

TREINAMENTO PARA GESTÃO DE CRISE

22.18. Gestores, lideranças e porta-vozes, previamente definido pela comunicação da Prefeitura, passarão por um treinamento com cenários adaptados a situações que serão indicadas pela gestão.

22.19. O objetivo dos treinamentos é alinhar e projetar procedimentos a serem adotados pôr em situação de crise de imagem da Prefeitura e/ou do gestor público. Os treinamentos poderão ser feitos para grupos de até quatro pessoas.

22.20. Desses treinamentos farão parte os integrantes de pastas que deverão replicar as orientações e diretrizes em suas funções ou que necessitem de alinhamentos de mensagens e procedimentos para situações de crises já identificadas.

22.21. Cada treinamento terá duração de até 8 (oito) horas. Os participantes receberão manual em arquivo eletrônico, contendo orientações para situações de crise e mensagens a serem alinhadas.

22.22. Comprovação de execução: relatório final de realização de cada treinamento, com vídeos/ fotos dos participantes, incluindo análise de desempenho, procedimentos alinhados bem como mensagens-chave.

VÍDEOS TEMÁTICOS

22.23. Sob demanda, poderão ser produzidos vídeos institucionais para serem exibidos em eventos e apresentações, em formatos previamente definidos. Estes vídeos, que também poderão ser exibidos na rede social da contratante e seus parceiros, terão o objetivo de informar sobre novas iniciativas; antecipar anúncios públicos, apresentar balanços da gestão; prestar esclarecimentos extemporâneos, entre outros objetivos sempre mais direcionados a uma comunicação institucional, eficiente e, por vezes, mais contundente, demonstrando a confiança da mensagem por meio do envolvimento da autoridade exposta no vídeo.

22.24. Comprovação de execução: apresentação do roteiro e do vídeo produzido

SERVIÇOS DE EDITORAÇÃO E PRODUÇÃO DE PERIÓDICOS

22.25. A produção de informativos, tais como newsletters, jornais, boletins, murais e outros que venham a ser demandados. Tais informativos podem ser destinados a públicos internos (como servidores), externos (formadores de opinião) ou setorizados (saúde, educação, segurança etc.).

22.26. Nestes casos, o trabalho consistirá na produção do conteúdo e na sua editoração final (produção de imagens, edição e diagramação).

22.27. Métrica: Material todo deve ser diagramado, com projeto gráfico próprio, incluindo identidade visual e textos.

APRESENTAÇÕES

22.28. Consiste na produção de apresentações em formato de Power Point ou outro software similar, de forma a subsidiar discursos, seminários, palestras ou outros tipos de falas públicas de gestores da Prefeitura de Piraí para eventos internos ou externos.

22.29. Comprovação de execução: apresentação do produto, acompanhado de relatório de produção (indicando quem demandou; objetivo de produção e em que ocasião foi ou não utilizado o arquivo produzido);

22.30. Métrica: cada apresentação deverá com linguagem apropriada para este tipo de arquivo. Os slides poderão conter textos, ilustrações, ícones e demais imagens (como fotografias e vídeos) e até mesmo arquivos em áudio, quando recomendável.

ORGANIZAÇÃO DE ENTREVISTAS E COLETIVAS DE IMPRENSA

22.31. As entrevistas pessoais com jornalistas e mesmo as entrevistas coletivas deverão ser planejadas, organizadas, acompanhadas e relatadas pela equipe de assessoria de imprensa. Caberá à coordenação da equipe de assessores definir, de acordo com as linhas estratégicas da Prefeitura de Piraí e do plano específico de assessoria de imprensa para o mês, indicar os temas e os momentos ideais para a realização dessas entrevistas.

22.32. Comprovação de execução: relatório mensal com a indicação das entrevistas realizadas, apontando a relação de jornalistas presentes e entrevistado.

GERENCIAMENTO DE CRISES

22.33. Em caso de crises de gestão e de imagem, abrangendo os mais diferentes aspectos e temas, uma equipe de comunicação deverá ser deslocada para a gestão propriamente dita da crise, formando um time especificamente voltado para o problema em curso. As diretrizes e orientações para a gestão da crise, bem como as mensagens e demais recomendações serão orientadas pelo Comitê Permanente de Crise.

22.34. Comprovação de execução: apresentação de relatório que dimensione a crise, explique suas razões, identifique a quantidade de pessoas envolvidas na gestão, os procedimentos tomados, o tempo em que a equipe esteve especialmente mobilizada para a gestão do problema, entre outras informações necessárias para se precisar a complexidade e os resultados da gestão.

MONITORAMENTO ONLINE

22.35. O monitoramento permanente dos veículos de imprensa, redes sociais e aplicativos de mensagens é uma ação necessária para monitorar a repercussão das ações da Prefeitura no ambiente online. Os achados do monitoramento precisam ser

analisados para identificação de menções que possam demandar intervenções imediatas em ambientes de comunicação.

22.36. O monitoramento da mídia profissional deve ser ininterrupto e feito em articulação e sinergia direta com a equipe de comunicação - a quem caberá, com base nas tendências apresentadas no monitoramento, produzir e definir os conteúdos a serem publicados nas redes em nome da Prefeitura de Piraí.

22.37. Comprovação de execução: apresentação de relatório de monitoramento no mês;

22.38. Em casos de crise ou de situações atípicas, podem ser realizados monitoramentos específicos sobre determinado tema ou assunto com um período definido de monitoramento dessas informações.

PLANO DE COMUNICAÇÃO ONLINE

22.39. O início do trabalho da Contratada pressupõe um mergulho na cidade para que sejam mapeadas as necessidades da população e da gestão que podem ser supridas por meio da comunicação online.

22.40. O conhecimento aprofundado, mediante entrevistas, visitas, pesquisas em bancos de dados, conhecimento de suas ações, análises de benchmarking e outros, servirá para o planejamento anual de comunicação online para a Prefeitura de Piraí.

22.41. O Plano de Comunicação online deverá estar alinhado ao Plano de Comunicação Geral contemplar as principais políticas públicas e ações da Prefeitura Municipal de Piraí com foco no atendimento à população.

22.42. É preciso que o Plano tenha um olhar tanto para a reputação da gestão quanto para a interação com a população. Transparência e participação devem ser os pilares das presenças da Prefeitura de Piraí no ambiente online.

22.43. Comprovação de execução: arquivo eletrônico contendo o planejamento anual; relatório comprovando as três apresentações realizadas dos itens 5.39, 5.40 e 5.41 para fins de alinhamento e treinamento com as equipes de comunicação e lideranças.

22.44. Métrica: arquivo entre 50 e 100 páginas (arquivo tipo Word ou PDF) ou lâminas/ slides em arquivo tipo Power Point; indicação de todas as fontes de informação utilizadas; comprovada utilização de benchmarking com indicação de pelo menos 5 (cinco) diferentes experiências de comunicação online governamental em cidades de porte e perfil semelhantes à Piraí.

REVISÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO ONLINE

22.45. Todo o ano, ou assim que a Contrate definir, pode-se solicitar uma revisão do planejamento de comunicação online tendo em vista um novo cenário, ou mudanças de caráter administrativo ou político que necessitem esse novo olhar.

22.46. Comprovação de execução: arquivo eletrônico contendo o planejamento revisado

CLIPPING DIÁRIO

22.47. Busca e captação de notícias com menção ou relação a ações de Piraí em diferentes mídias: jornais e revistas impressos e digitais, TVs, Rádios, portais de notícias e blogs, organizado pelas categorias: local, regional e nacional;

22.48. Prazo: serviço diário, de segunda a domingo, que deverá ser enviado até 8h por e-mail e WhatsApp para a lista de contatos indicada pela contratante;

22.49. Comprovação de execução: apresentação de relatório de atividades no mês;

SERVIÇO DE TRANSMISSÃO AUDIOVISUAL

22.50. Transmissão audiovisual ao vivo e gravação de eventos e ações realizadas pela Prefeitura na cidade e em outras regiões do Estado;

22.51. Comprovação de execução: a própria transmissão do evento;

22.52. Torna-se oportuno ressaltar que as especificações dos Produtos e Serviços poderão ser aperfeiçoadas com a prática vivenciada pelo Município de Piraí.

23 - DA CESSÃO E DA SUBCONTRATAÇÃO

24.1. A CONTRATADA pode subcontratar parcialmente os serviços contratados, até o limite de 30% (trinta por cento) do objeto, nos termos do art. 122 da Lei Federal nº 14.133/2021. A capacidade técnica do subcontratado deve ser comprovada à CONTRATANTE e anexada ao processo.

25.2. A subcontratação não exime a CONTRATADA das responsabilidades contratuais. A CONTRATANTE pagará diretamente à CONTRATADA, que se encarregará de quitar os serviços subcontratados.

26 - DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS - LEI N. 13.709/2018

26.1. Para finalidade da efetiva participação da LICITANTE na execução dos serviços, o MUNICÍPIO fará tratamento dos dados pessoais dos representantes legais e outros, e, zelará e responsabilizar-se-á pela proteção de dados e privacidade.

26.2 A LICITANTE obriga-se durante a execução dos serviços, a atuar em conformidade com a Legislação regente sobre Proteção de Dados Pessoais e dados pessoais sensíveis, em especial a regulamentos municipais e a Lei nº 13.709/2018, empenhando-se em proceder a todo tratamento de dados pessoais que venha a mostrar-se necessário, em conformidade com neste Estudo.

26.3. O MUNICÍPIO e a LICITANTE, quando do tratamento de dados pessoais, o fará de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses dos arts. 7º, 11º e/ou 14º da Lei 13.709/2018, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular.

27. CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO DO OBJETO

27.1. Os serviços objeto deste Termo de Referência serão recebidos e aceitos, de acordo com o art. 140 da lei n. 14.133/2021, provisoriamente, a cada mês, após sumária inspeção realizada pela Fiscalização da Secretaria Municipal de Comunicação, para posterior verificação da qualidade e conformidade do objeto às especificações técnicas exigidas neste termo, podendo ser rejeitados caso não estejam conforme as especificações estabelecidas.

27.2. A contratada deverá dar total garantia quanto à qualidade dos serviços executados, ficando obrigada a reparar, corrigir ou substituir às suas expensas, no total ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções comprovadamente fora das especificações técnicas discriminadas no presente termo.

27.3. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 15 (quinze) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das condições e especificações discriminadas no Termo de Referência.

28. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

28.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e nos termos da Lei n. 14.133/2021, e cada parte responderão pelas consequências de sua inexecução total ou parcial;

28.2. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por servidor(es) especialmente designado(s) em portaria da Secretaria Municipal de Comunicação;

28.3. O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessária para regularização da falta ou defeitos observados.

28.4. As comunicações entre Contratante e Contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim;

28.5. O fiscal do contrato informará, em tempo hábil, ao superior do seu departamento ou setor, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse a sua competência;

28.6. O fiscal do contrato será auxiliado pelos órgãos de assessoramento jurídico e de controle interno da Administração, que deverá dirimir dúvidas e subsidiá-lo com informações relevantes para prevenir riscos na execução contratual;

28.7. A contratante poderá convocar representante da Contratada para adoção de providências que deixem de ser cumpridas de imediato.

28. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

28.1. O pagamento será realizado, de forma parcelada, mensalmente, de acordo com os serviços efetivamente executados e atestados pela fiscalização, 30 (trinta) dias após o

adimplemento do objeto, assim considerada a execução do serviço, acompanhada do respectivo documento de cobrança (nota fiscal/fatura) devidamente atestada pela Fiscalização;

28.2. Os pagamentos serão efetuados, obrigatoriamente, por meio de crédito em conta corrente, cujo número e agência deverão ser informados pelo adjudicatário até a assinatura do contrato;

28.3. Os prestadores de serviço e fornecedores de bens, deverão emitir as notas fiscais em observância às regras de retenção, dispostas na Instrução Normativa RFB n° 1234, de 11 de janeiro de 2012, sob pena de não aceitação.

28.4. A retenção do imposto de renda deverá ser destacada no corpo do documento fiscal observando os percentuais estabelecidos no anexo I da Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012.

28.5. As pessoas jurídicas amparadas por isenção, não incidência ou alíquota zero devem informar essa condição no documento fiscal, inclusive o enquadramento legal, sob pena de, se não o fizerem, sujeitarem-se à retenção do imposto de renda sobre o valor total do documento correspondente à natureza do bem ou serviço;

28.6. Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao contratante;

28.7. Em caso de atraso injustificado no pagamento, o valor será compensado financeiramente em 0,5% (cinco décimos por cento) de juros de mora por mês "*pro rata tempore*", contados a partir do dia seguinte ao seu vencimento até a data do efetivo pagamento;

28.8. O valor do pagamento eventualmente antecipado será descontado na razão de 0,5% (cinco décimos por cento) ao mês "*pro rata die*", contado da data de seu efetivo pagamento.

29. FORMA E CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

29.1. O fornecedor será selecionado por meio de concorrência, em forma presencial, adotando-se o critério de julgamento técnica e preço, conforme estabelece o artigo 5º da Lei Federal nº 12.232/2010.

30. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

30.1. O custo estimado global da presente contratação é de R$ 1.205.320,93 (hum milhão, duzentos e cinco mil, trezentos e vinte reais e noventa e três centavos).

30.2. Data base dos orçamentos: JANEIRO/2026.

31. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

30.1. A despesa com a execução do objeto deste termo de referência correrá pela dotação orçamentária: 12402413100142195339039001500000

31. IMPACTO E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

31.2. Não se aplica.12

32. SANÇÕES:

32.2. No caso de descumprimento total ou parcial das condições estabelecidas no presente Termo de Referência, a contratada estará sujeita à aplicação das penalidades previstas nos artigos 155 a 163 da Lei Federal n. 14.133/2021.

Elaborado por:

Larissa Lima Ofrede **Supervisor Operacional** **Matrícula: 13.018**

Responsável (is) por especificações técnicas e quantitativas:

João Vitor Barbosa Rodrigues da Silva **Assessor Executivo** **Matrícula: 13.668**	**Pedro Carraro Ganem Vieira da Silva** **Assessor Jurídico** **Matrícula: 14.027**
Pérola Borges Soares Nunes **Secretária Municipal de Comunicação** **Matrícula: 12.971**	

Aprovo o presente Termo de Referência, que constitui peça integrante e inseparável do procedimento de licitatório objetivando a Prestação dos Serviços de Comunicação Institucional, conforme condições e especificações contidas neste Termo de Referência.

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência nº 010/2026**

Poderes

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

local e data

_____

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

Observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação.

ANEXO III
MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº _____/2026

Termo de Contrato nº XXX/2026 para a Prestação de serviço de XXX, entre o Município de Piraí e a Empresa XXX.

O Município de Piraí, inscrito no CNPJ sob o nº. 29.141.322/0001-32, com sede à Praça Getúlio Vargas, s/nº - Centro – Piraí/RJ doravante denominado CONTRATANTE, neste ato representada pelo Prefeito Municipal Sr. Luiz Fernando de Souza , portador da Carteira de Identidade Nº.expedida pelo XXX, CPF n°. XXX , de um lado, e, do outro, a empresa XXX , inscrita no CNPJ sob o n° XXX, com sede na XXX, nº XXX , bairro XXX, CEP: XXX, doravante denominada CONTRATADA, representado neste ato pelo Sr. XXX, portador da carteira de identidade n° XXX, expedida pelo XXX , e do CPF n° XXX, residente e domiciliado na XXX, assinam o presente CONTRATO, de conformidade com o que consta do Processo Administrativo nº PIR-020212/000238/2025, que se regerá, no que couber, pelas normas da Lei Federal nº 14.133/2021 com as alterações introduzidas posteriormente e pelas cláusulas e condições que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO:

O presente contrato tem por objeto a prestação de serviço de __, conforme especificações discriminadas no Termo de Referência – Anexo I do edital de Concorrência nº 010/2026.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO VALOR:

O preço global deste contrato é de **R$** _____(..), conforme proposta da **CONTRATADA** discriminada no quadro abaixo:

ITEM	***QUANT***	***UNID***	***DESCRIÇÃO***	***PREÇO UNITÁRIO (R$)***	***PREÇO TOTAL(R$)***
VALOR GLOBAL (R$)					

PARÁGRAFO ÚNICO: O valor ajustado incluir todos os custos de: mão de obra,

materiais e equipamentos, carga e descarga, frete, impostos, taxas ou quaisquer outros ônus federais, estaduais ou municipais, incluídos, bem como o lucro enfim, tudo o que for necessário para a perfeita execução deste contrato.

CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS:

As despesas decorrentes do presente Contrato serão atendidas através da dotação orçamentária nº 1090.24.812.0010.2065.33903900.17050000.

CLÁUSULA QUARTA – DO REAJUSTE DE PREÇOS:

PARÁGRAFO PRIMEIRO: O(s) preço(s) previsto(s) na cláusula segunda será(ão) fixo(s) e irreajustável(is), inexistindo a possibilidade de adoção pelas partes de qualquer espécie de reajuste financeiro, em que a periodicidade de aplicação seja inferior a um período de 12 (doze) meses, em conformidade com o disposto no parágrafo 1°, do art. 2º da Lei Federal nº 10.192/01.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Após o interregno de um ano, os preços iniciais poderão ser reajustados, mediante a aplicação, da variação do IPCA no período, de acordo com a data base vinculada à data do orçamento estimado, em setembro/2025.

PARÁGRAFO TERCEIRO: Será assegurado a **CONTRATADA** a revisão de preços para reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, mediante prévia comprovação e justificativas submetidas à apreciação à Administração, em caso de força maior, caso fortuito, fato do príncipe ou em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, que inviabilizem a execução do contrato tal como pactuado, respeitada, em qualquer caso, a repartição objetiva de risco estabelecida no contrato, conforme previsto na alínea d do inciso II do artigo 124 da Lei Federal 14.133/21.

CLÁUSULA QUINTA – DA EXECUÇÃO DO OBJETO:

I. Os serviços objeto deste contrato deverão ser executados atendendo todas as especificações contidas no Termo de Referência, anexo I do edital de Concorrência nº 010/2026, que integra o presente contrato, independente de transcrição.

II. O contratado fica obrigado a manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições exigidas para a habilitação.

CLÁUSULA SEXTA – DO RECEBIMENTO DO OBJETO:

I. Os serviços objeto deste contrato serão recebidos e aceitos, de acordo com o art. 140 da lei nº 14.133/2021, após sumária inspeção realizada pela Fiscalização da Secretaria solicitante, para posterior verificação da qualidade e conformidade do objeto às especificações técnicas discriminadas no termo de referência, anexo I deste edital, podendo ser rejeitados caso não estejam conforme as especificações estabelecidas.

II. A **CONTRATADA** deverá dar total garantia quanto à qualidade do objeto fornecido, ficando obrigada a substituir às suas expensas, no total ou em parte, os produtos em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções comprovadamente fora das especificações técnicas discriminadas.

III. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 15 (quin- ze) dias, contados do recebimento provisório do último mês de prestação dos serviços, por servidor ou comissão designada para fiscalização, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das condições e especificações discriminadas no Termo de Referência.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO:

I. A execução do presente contrato será fiscalizada por servidor especialmente designado em Portaria da Secretaria solicitante, de acordo com o disposto no art. 117, da Lei Federal nº 14.133/2021.

II. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

III. O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessária para regularização da falta ou defeitos observados.

IV. As comunicações entre **CONTRATANTE** e **CONTRATADA** devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

V. O fiscal do contrato informará, em tempo hábil, ao superior do seu departamento ou setor, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse a sua competência.

VI. O fiscal do contrato será auxiliado pelos órgãos de assessoramento jurídico e de controle interno da Administração, que deverá dirimir

as dúvidas e subsidiá-lo com informações relevantes para prevenir riscos na execução contratual.

VII. A **CONTRATANTE** poderá convocar representante da **CONTRATADA** para adoção de providência que deixem de ser cumpridas de imediato.

VIII. A **CONTRATADA** será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pela **CONTRATANTE**;

IX. A **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou diminuição quantitativa de seu objeto, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

X. As alterações contratuais deverão ser formalizadas por termo aditivo, exceto registros que não caracterizam alteração no contrato, que poderão ser formalizados por simples apostila, de acordo com as situações previstas no art. 136 da Lei Federal n º14.133/2021.

CLÁUSULA OITAVA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

O pagamento será realizado, de forma parcelada, mensalmente, de acordo com os serviços efetivamente executados e atestados pela fiscalização, 30 (trinta) dias após o adimplemento do objeto, assim considerada a execução do serviço, acompanhada do respectivo documento de cobrança (nota fiscal/fatura) devidamente atestada pela Fiscalização;

PARÁGRAFO PRIMEIRO: O pagamento será efetuado, obrigatoriamente, por meio de crédito em conta corrente, cujo número e agência deverão ser informados pela **CONTRATADA**.

PARAGRAFO SEGUNDO: A retenção do imposto de renda deverá ser destacada no corpo do documento fiscal observando os percentuais estabelecidos no anexo I da Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012.

PARÁGRAFO TERCEIRO: As pessoas jurídicas amparadas por isenção, não incidência ou alíquota zero devem informar essa condição no documento fiscal, inclusive o enquadramento legal, sob pena de, se não o fizerem, sujeitarem-se à retenção do imposto de renda sobre o valor total do documento correspondente à natureza do bem ou serviço

PARÁGRAFO QUARTO: Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que a **CONTRATADA** providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus a **CONTRATANTE**.

PARÁGRAFO QUINTO: Em caso de atraso injustificado no pagamento, o valor será compensado financeiramente em 0,5% (cinco décimos por centos) de juros de mora por mês "pro rata tempore", contados a partir do dia seguinte ao seu vencimento até a data do efetivo pagamento.

CLÁUSULA NONA – DA VIGÊNCIA CONTRATUAL:

O prazo de prestação dos serviços objeto deste Termo de Referência será de 12 (doze) meses, a partir da assinatura do contrato ou ordem de serviço, podendo ter sua duração prorrogada a critério da Administração, tendo em vista tratar-se de serviço de natureza continuada de necessidade pública permanente a ser satisfeita, desde que os preços e condições sejam vantajosos para a Administração, nos termos do disposto no Art. 107, da Lei nº. 14.133/21.

CLÁUSULA DECIMA – DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS:

PARÁGRAFO PRIMEIRO: O contrato poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos casos previstos no Art. 124, da Lei nº 14.133/21.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Havendo alteração do contrato que aumente ou diminua os encargos da **CONTRATADA**, a **CONTRATANTE** deverá estabelecer, no mesmo termo aditivo o equilíbrio econômico-financeiro inicial.

PARÁGRAFO TERCEIRO: Os preços contratados serão alterados, para mais ou para menos, conforme o caso, se houver, após a data da apresentação da proposta, criação, alteração ou extinção de quaisquer tributos ou encargos legais ou a superveniência de disposições legais, com comprovada repercussão sobre os preços contratados.

PARÁGRAFO QUARTO: As alterações contratuais deverão ser formalizadas por termo aditivo, exceto registros que não caracterizam alteração no contrato, que poderão ser formalizados por simples apostila, de acordo com as situações previstas no art. 136 da Lei Federal nº 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS:

Pelo cometimento das infrações previstas nos incisos I, II, III, V, VII, VIII, X e XII do art. 155, da Lei Federal nº 14.133/2021, a **CONTRATADA** será responsabilizada administrativamente com a aplicação das seguintes sanções:

I. Advertência – Caso dê causa a inexecução parcial do contrato, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

II. Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Município de Piraí, pelo prazo de até 03 (três) anos, sem prejuízo da rescisão unilateral do contrato, quando praticar as seguintes infrações e não justificar a imposição de penalidades mais grave:

   a. Der causa a inexecução parcial do contrato que cause danos grave a Administração, ao fornecimento dos Serviços Públicos e ao interesse coletivo;

   b. Der causa a inexecução total do contrato;

   c. Ensejar o retardamento da execução/entrega do objeto do contrato sem motivo determinado.

III. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos pelo prazo mínimo de 03 (três) anos e máximo de 05 (cinco) anos, quando praticar as seguintes infrações:

   a. Aquelas previstas para sanção de impedimento de licitar e contratar com o Município de Piraí, quando se justificar imposição de penalidade mais grave;

   b. Apresentar declaração ou documentação falsa durante a execução do contrato;

   c. Fraudar ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

   d. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

   e. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846/2013.

IV. Multa compensatória e moratória que poderá ser aplicada sobre o valor do contrato, cumulativamente com as demais sanções por qualquer das infrações administrativas previstas nos incisos I, II, III, V, VII, VIII, X e XII do art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021.

V. A multa compensatória será aplicada no caso de execução parcial ou total do contrato, nos seguintes percentuais e condições:

   a. No caso de inexecução parcial, será aplicado o percentual de 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato correspondente a parcela do objeto não executado;

b. No caso de inexecução total, será aplicado o percentual de 30% (trinta por cento) sobre o valor do contrato.

VI. A Multa de mora será de 0,5% (cinco décimos por cento) pro rata die sobre o valor do contrato, referente ao período de retardamento ou atraso na entrega/execução do objeto deste contrato, sem motivo justificado e aceito pela **CONTRATANTE**.

VII. A inexecução total do contrato estará configurada quando a **CONTRATADA**, deixar de cumprir o prazo referente a entrega/execução do objeto conforme as condições estabelecidas no presente contrato e termo de referência, anexo I do edital.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL:

I. Constitui motivos para extinção do contrato, o qual deverá ser for- malmente motivada nos autos do processo administrativo, assegurada o contraditório e a ampla defesa, as situações previstas no art. 137, incisos I, II, III, IV, V, VIII e IX da Lei Federal nº 14.133/2021.

II. A **CONTRATADA** terá direito a extinção do contrato, caso a Ad- ministração faça supressão modificando acima de 25% (vinte e cinco por cento) o valor inicial do contrato.

III. A extinção do contrato poderá ser determinada por ato unilateral da Administração, de forma consensual, ou por decisão arbitral, observando-se o disposto nos arts. 138 e 139 da Lei Federal nº14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

I. Fazem parte integrante do presente contrato, o edital de Pregão Eletrônico nº ____/2026 e seus anexos, independente de transcrição.

II. Durante a vigência do contrato, é vedado ao contratado contratar cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do órgão ou entidade contratante ou de agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato.

III. Fica 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.

IV. Deverá a **CONTRATANTE** explicitamente emitir decisões de todas as solicitações e reclamações relacionadas ao contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do contrato.

V. Concluída a instrução do requerimento, a Administração terá o prazo de 01 (um) mês para decidir, admitida a prorrogação motivada por igual período.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO FORO:

As partes contratantes, abrindo mão de qualquer privilegio, elegem o Foro da Comarca de Piraí, RJ, para dirimir as dúvidas oriundas deste contrato.

E, por estarem assim, justos e contratados, assinam o presente em 03 (três) vias de igual teor, na presença de duas testemunhas, para que produza seus jurídicos e legais efeitos.

Piraí, _____de _____de _____.

_____

MUNICÍPIO DE PIRAÍ

_____

CONTRATADA

APÊNDICE I

PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

O município deverá contar com serviços permanentes de produção de conteúdo a partir de um constante monitoramento de suas ações com foco nas políticas públicas e nos serviços prestados à população. Tais serviços consistem num trabalho sistemático de apuração e organização de informações acerca da atuação da gestão da Prefeitura de Piraí, de maneira a subsidiar as mais diversas atividades de interlocução com a sociedade. As ações de comunicação têm por princípio manter a transparência da gestão pública por meio de divulgações, do estímulo à participação da sociedade no debate público e da prestação de contas sobre os projetos institucionais.

Para tanto, a comunicação institucional deverá dispor dos seguintes itens:

ITEM 1 - GESTÃO DE CONTEÚDO

Desenvolvimento contínuo de ações que virão a ser conteúdo para o planejamento mensal da comunicação da cidade de Piraí, tanto online quanto offline, sempre com o objetivo de fortalecer a ampla interlocução entre a Prefeitura e a sociedade.

Caberá à Contratada um desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com execução mensal, que contemplem as seguintes atividades:

Participar das reuniões de pauta semanal, apresentação de sugestão de pauta para conteúdo institucional e on-line, vendas de pautas, proposições de ações junto a imprensa e alinhamento com a equipe de gestores a ser definida pelo contratante.

Gerenciamento, articulação, documentação, acompanhamento contínuo do cliente, incluindo reuniões estratégicas, eventos institucionais e entendimento pleno das necessidades do CONTRATANTE, para proposição de um conjunto de produtos de comunicação institucional e serviços mais adequado para atendimento das necessidades, garantindo a qualidade da entrega de todos os serviços executados no âmbito da contratação.

Apurar todos os dados referentes a cada assunto definido pela CONTRATANTE, esmerando-se pela apresentação de notícias completas (com dados, pesquisas, elementos ilustrativos - como infográficos, tabelas, fotos e/ou outros);

Armazenar de forma organizada e estruturada e sistemática todos os conteúdos produzidos;

Distribuir os conteúdos produzidos aos canais de comunicação definidos estrategicamente na reunião de pauta.

Alimentar os canais oficiais da Prefeitura, atualizando o status de cada iniciativa, os indicadores de qualidade e desempenho das políticas públicas, e demais informações disponíveis de modo que a gestão utilize os mesmos dados em suas comunicações.

Elaboração de sugestões de ações de gerenciamento de eventuais crises e apresentação de relatórios mensal de ações realizadas e resultados com sugestões propostas advindas da reunião.

Planejamento de ações de comunicação semanais e mensais e assessoramento às autoridades, levantamento de informações, produção e envio de releases à imprensa, produção de conteúdo, em formatos multimídias diversos para canais institucionais e gestão junto a imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do Contratante.

Atendimento, recebimento, tratamento de respostas às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por meios eletrônicos).

Atendimento, recebimento, tratamento e resposta às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos)

Realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE (Contatos presenciais, telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos)

Produção e implementação de ações de comunicação dirigida para públicos estratégicos, como representantes, jornalistas, formadores de opinião e autoridades públicas

Antecipação e prevenção em relação a assuntos e situações que podem ter exposição negativa na mídia e que, de alguma forma, possam afetar negativamente a imagem do Contratante e seus representantes

Preparação de porta-vozes para entrevistas e coletivas de imprensa em geral.

Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados aos públicos interno e/ou externo a partir de consultas a fontes oficiais, representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos, livros, websites,

estudos acadêmicos, publicações de outras entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como press releases, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, pautas especiais, posicionamentos, briefing, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Planejamento, produção e divulgação de conteúdos, em diversos formatos multimídia, para divulgar ações do Contratante.

Cobertura fotográfica ou de vídeo institucional de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.

Edição de vídeo institucional de até 1’30 e elaboração de arte digital com movimento (motion) de interesse do CONTRATANTE de até um minuto e meio, para disponibilização de conteúdo digital para canais oficiais da prefeitura.

Criação de artes digitais de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno com as principais informações de interesse público a serem divulgadas a partir de solicitação da CONTRATANTE.

Prazo: serviço sob demanda contínua;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: relatório mensal contemplando a listagem de tarefas produzidas com detalhamento e status como:

Produtos e serviços sob demanda desenvolvidos.

Textos produzidos com indicação das fontes consultadas.

Textos publicados nas redes sociais e outras plataformas digitais.

Diagnósticos produzidos.

Planejamentos de conteúdo produzidos.

Solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.

Pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

Textos editados.

Planejamentos de conteúdo produzidos

Uma equipe específica de assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia será responsável por auxiliar no atendimento a jornalistas das mais diferentes mídias de abrangência local, regional, nacional e/ou internacional. Caberá à Contratada executar, como escopo de trabalho de assessoria de imprensa, os seguintes serviços:

Apuração e alinhamento de mensagens para elaboração de textos, notas oficiais e respostas para demandas de imprensa ou mídia digital, sempre de modo alinhado à estratégia de comunicação da Prefeitura de Piraí.

Caberá ainda aos profissionais realizar a interface com as equipes/responsáveis pelas principais empresas/páginas de mídia da cidade, do Estado e do Brasil, bem como atendimento a demandas de imprensa.

Os profissionais poderão serão escalados, por exemplo, a fazer visitas às redações de veículos da região, do estado ou nacionais, acompanhando gestores da Prefeitura de Piraí, mediar as agendas de relacionamento com a mídia, como encontros com editores, colunistas e diretores de redação; e supervisionar a equipe de assessores distribuídos nas demais funções para que as demandas de imprensa sejam analisadas, apuradas e respondidas. Os assessores deverão estar alinhados com o planejamento mensal da área de assessoria de imprensa em função do planejamento estratégico mais amplo elaborado e aprovado pela Contratante.

Relatório mensal captado com arquivos digitais dos vídeos ou em fotografia, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Relatório mensal com arquivos digitais dos vídeos editados, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Relatório mensal com imagens digitais estáticas para cards e ou banners em resolução de tela, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Para execução da Gestão de Conteúdo a CONTRATADA deverá ter uma equipe mínima de 06 profissionais contendo:

01 Coordenador Executivo: Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 10 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de conteúdos multimídia, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas ou influenciadores. Capacidade de analisar dados e sugerir ações para tomada de decisão. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.

02 profissionais de comunicação: Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 4 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para produção de conteúdo multimídia e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. Capacidade de monitorar e analisar dados para apoio na tomada de decisão;

01 profissional de cobertura de audiovisual - Profissional de cobertura fotográfica e de vídeo com experiência de no mínimo 4 anos;

01 designer - Profissional de designer para elaboração de arte digital com conhecimento comprovado e experiência de no mínimo 4 anos.

01 editor- Profissional de edição para captação e produção de vídeos com conhecimento comprovado e experiência de no mínimo 4 anos.

ITEM 2 – ANÁLISE DE IMAGEM

Produção diária de análise sobre a percepção dos principais veículos de comunicação de Piraí e região a respeito das ações desenvolvidas pela Prefeitura de Piraí, abrangendo os mais diferentes aspectos. A análise deverá ser entregue por meio eletrônico, a um

mailing de destinatários controlado e definido pela Secretaria de Comunicação, até às 8h do dia subsequente à publicação dos textos, sejam eles veiculados em plataforma online ou impressa.

Os temas a serem cobertos pela Análise de Imagem são variados e abrangem as áreas de atuação do governo. As prioridades da cobertura devem ser alinhadas com a CONTRATANTE. Exemplos: avaliação de governo (política: criação e desenvolvimento de projetos sociais (cultura, educação, infância, terceira idade, geração de renda, esporte e lazer, entre outros); segurança pública (indicadores, eventuais crises, casos de repercussão nacional), desenvolvimento econômico (indicadores de emprego, produção industrial), meio ambiente (iniciativas de governo em prol da preservação ambiental), ciência e tecnologia (desenvolvimento de projetos nas universidades, institutos ou fundações de pesquisa, bem como incubadoras de negócio ou outro: órgãos de governos: estadual, municipal ou nacional, com impacto sobre a Prefeitura de Piraí; turismo; infraestrutura e outros temas que reflitam a ação do governo.

O escopo de notícias avaliadas para a produção da análise deve abranger os principais veículos impressos e on-line, de circulação local e regional. Pelo menos dois jornais de circulação regional, além do jornal de maior circulação do RJ, pelo menos duas emissoras de rádio que veiculam notícias da região, bem como dois blogs que divulguem temas relativos à cidade.

Prazo: serviço sob demanda;

- Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;
- Comprovação de execução: arquivo eletrônico contendo a totalidade das análises diárias efetivamente produzidas ao longo do mês.

Métrica: 1 (uma) análise, com indicação comprovada das fontes de notícias utilizadas (por meio de links no texto remetendo aos conteúdos (online) para a avaliação do respectivo conteúdo

ITEM 3 - PLANO INTEGRADO DE COMUNICAÇÃO

O início do trabalho da Contratada pressupõe uma imersão na realidade e nas necessidades de comunicação da prefeitura com a sociedade, levando-se em consideração as diversas ferramentas e plataformas disponíveis. O Plano é derivado de entrevistas, visitas a órgãos da Prefeitura, pesquisas em bancos de dados, análises de benchmarking e outros e resultará no planejamento anual de comunicação para a cidade.

O plano, por sua vez, deverá seguir os princípios que regulamentam a Administração Pública e as diretrizes de comunicação determinadas pela Prefeitura de Piraí, com a devida indicação dos resultados a serem alcançados. Além da reputação da própria gestão, o plano deverá explicitar e programar as ações de interlocução direta com os segmentos da sociedade civil, em busca da participação popular e da transparência na formulação, no desenvolvimento e na prestação de contas sobre políticas públicas e sobre a gestão.

Os procedimentos, as mensagens, os projetos especiais, o organograma de comunicação, a sistematização do fluxo de informações e a parte tática das ações deverão ser explicitadas no Plano de Comunicação.

O planejamento de comunicação orientará todas as áreas internas do governo, acerca das estratégias gerais de comunicação institucional. Além de ser formulado, necessita ser apresentado e alinhado e aprovado com a comunicação da Prefeitura. O conteúdo deverá ser formulado por frentes de atuação em comunicação (imprensa; comunicação com comunidades; relações públicas, etc.)

Prazo: serviço sob demanda

Remuneração: única, mediante comprovação de execução

Comprovação de execução: o plano de comunicação completo contemplado todos os requisitos citados acima.

O documento deverá conter ainda indicações de viabilidade de execução das ações propostas.

ITEM 4 - AUDITORIA DE IMAGEM

Percepção da população e de formadores de opinião na mídia e em redes sociais por meio da execução de auditorias de imagem sobre as ações da Prefeitura de Piraí.

Caberá à contratada apresentar metodologia consistente para a realização das auditorias, levando-se em consideração que o trabalho proposto precisa abranger tanto a percepção da população quanto da mídia profissional. A metologia adotada precisa contemplar as informações obtidas por meio de matriz Swot, indicando pontos fortes, fracos e ameaças à imagem da gestão.

Prazo: serviço sob demanda;

Remuneração: anual, conforme demanda de execução

Comprovação de execução: relatório final de auditoria de imagem, contendo a descrição das metodologias e das ferramentas utilizadas. As métricas utilizadas devem ser passíveis de comparação tendo como parâmetro o período de análise. O relatório final deve conter recomendações futuras.

Métrica: Arquivo contendo relatório de auditoria em arquivo incluindo gráficos e avaliação objetiva, obtida das ferramentas utilizadas.

ITEM 5 – TREINAMENTO PARA GESTÃO DE CRISE

Gestores, lideranças e porta-vozes, previamente definido pela comunicação da Prefeitura, passarão por um treinamento com cenários adaptados a situações que serão indicadas pela gestão.

O objetivo dos treinamentos é alinhar e projetar procedimentos a serem adotados por em situação de crise de imagem da Prefeitura e/ou do gestor público. Os treinamentos poderão ser feitos para grupos de até quatro pessoas.

Desses treinamentos farão parte os integrantes de pastas que deverão replicar as orientações e diretrizes em suas funções ou que necessitem de alinhamentos de mensagens e procedimentos para situações de crises já identificadas.

Cada treinamento terá duração de até 8 (oito) horas. Os participantes receberão manual em arquivo eletrônico, contendo orientações para situações de crise e mensagens a serem alinhadas.

Prazo: serviço sob demanda

Remuneração: por treinamento, conforme comprovação de execução.

Comprovação de execução: relatório final de realização de cada treinamento, com vídeos/ fotos dos participantes, incluindo análise de desempenho, procedimentos alinhados bem como mensagens-chave.

ITEM 6. VÍDEOS TEMÁTICOS

Sob demanda, poderão ser produzidos vídeos institucionais para serem exibidos em eventos e apresentações, em formatos previamente definidos. Estes vídeos, que também poderão ser exibidos na rede social da contratante e seus parceiros, terão o objetivo de informar sobre novas iniciativas; antecipar anúncios públicos, apresentar balanços da gestão; prestar esclarecimentos extemporâneos, entre outros objetivos sempre mais direcionados a uma comunicação institucional, eficiente e, por vezes, mais contundente, demonstrando a confiança da mensagem por meio do envolvimento da autoridade exposta no vídeo.

Prazo: serviço sob demanda;

Remuneração: por produto, após comprovação de execução;

Comprovação de execução: apresentação do roteiro e do vídeo produzido

Métrica: Vídeos produzidos sob demanda em formato horizontal de até 4 minutos de duração, podendo contemplar testemunhos, entrevistas e notícias editadas conforme o tema e o formato definidos.

ITEM 7. REVISÃO DE TEXTO

Revisão ortográfica de textos para publicações e materiais de todos os meios de comunicação da Prefeitura de Piraí.

Prazo: serviço sob demanda;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: apresentação de relatório de atividades no mês; Métrica: a cobrança do serviço é feita por lauda, de 1250 caracteres.

7.1 Tradução - Tradução dos materiais (texto e vídeo) produzidos pela Contratada a pedido da Contratante.

Prazo: serviço sob demanda;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: apresentação de relatório de atividades no mês; Métrica: a cobrança do serviço é feita por lauda de 1250 caracteres ou por minuto, em caso de vídeo.

ITEM 8. SERVIÇOS DE EDITORAÇÃO E PRODUÇÃO DE PERIÓDICOS

A produção de informativos, tais como newsletters, jornais, boletins, murais e outros que venham a ser demandados. Tais informativos podem ser destinados a públicos internos (como servidores), externos (formadores de opinião) ou setorizados (saúde, educação, segurança etc).

Nestes casos, o trabalho consistirá na produção do conteúdo e na sua editoração final (produção de imagens, edição e diagramação).

Prazo: serviços sob demanda;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução; Comprovação de execução: apresentação do produto;

Métrica: Material todo deve ser diagramado, com projeto gráfico próprio, incluindo identidade visual e textos.

ITEM 9. APRESENTAÇÕES

Consiste na produção de apresentações em formato de Power Point ou outro software similar, de forma a subsidiar discursos, seminários, palestras ou outros tipos de falas públicas de gestores da Prefeitura de Piraí para eventos internos ou externos.

Prazo: serviços sob demanda;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: apresentação do produto, acompanhado de relatório de produção (indicando quem demandou; objetivo de produção e em que ocasião foi ou não utilizado o arquivo produzido);

Métrica: cada apresentação poderá ter até 30 (trinta) slides, com linguagem apropriada para este tipo de arquivo. Os slides poderão conter textos, ilustrações, ícones e demais imagens (como fotografias e vídeos) e até mesmo arquivos em áudio, quando recomendável.

ITEM 10. ELABORAÇÃO DE PRESS RELEASES

Os press releases serão elaborados com base em informações sólidas apuradas junto à equipe técnica da Contratante. Serão escritos em formato jornalístico.

Prazo: serviço contínuo diário sob demanda;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: relatório das divulgações realizadas à imprensa, com índice de press releases produzidos e distribuídos. Se possível, mensurar a repercussão de cada um.

Métrica: até 112 (cento e doze) press releases ao mês, tendo em média (cada um) até 3.000 (três mil) caracteres, podendo ser acompanhados por arquivos em áudio, imagem e/ou ilustrações em fotografias, infográficos e outros.

ITEM 11. ORGANIZAÇÃO DE ENTREVISTAS E COLETIVAS DE IMPRENSA

As entrevistas pessoais com jornalistas e mesmo as entrevistas coletivas deverão ser planejadas, organizadas, acompanhadas e relatadas pela equipe de assessoria de imprensa. Caberá à coordenação da equipe de assessores definir, de acordo com as linhas estratégicas da Prefeitura de Piraí e do plano específico de assessoria de imprensa para o mês, indicar os temas e os momentos ideais para a realização dessas entrevistas.

Prazo: serviço sob demanda;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: relatório mensal com a indicação das entrevistas realizadas, apontando a relação de jornalistas presentes e entrevistados.

ITEM 12. PLANEJAMENTO DE EVENTOS E PRESS TRIP

O bom relacionamento entre a Prefeitura de Piraí a e a mídia - seja ela profissional ou comunitária - pode demandar visitas desses profissionais à cidade. Tais visitas e eventos demandam planejamento e acompanhamento por parte da contratada.

Prazo: serviço sob demanda;

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: relatório mensal com a indicação de todo o trabalho realizado, acompanhado de comprovantes com registros de imagens dos encontros, assim como eventuais viagens, incluindo ilustrações dos eventos e ações programadas com a mídia

ITEM 13. GERENCIAMENTO DE CRISES

Em caso de crises de gestão e de imagem, abrangendo os mais diferentes aspectos e temas, uma equipe de comunicação deverá ser deslocada para a gestão propriamente dita da crise, formando um time especificamente voltado para o problema em curso. As diretrizes e orientações para a gestão da crise, bem como as mensagens e demais recomendações serão orientadas pelo Comitê Permanente de Crise.

Prazo: serviço sob demanda;

Remuneração: Por quinzena de gerenciamento

Comprovação de execução: apresentação de relatório que dimensione a crise, explique suas razões, identifique a quantidade de pessoas envolvidas na gestão, os procedimentos tomados, o tempo em que a equipe esteve especialmente mobilizada para a gestão do problema, entre outras informações necessárias para se precisar a complexidade e os resultados da gestão.

ITEM 14. MONITORAMENTO DIGITAL

O monitoramento permanente dos veículos de imprensa, redes sociais e aplicativos de mensagens é uma ação necessária para monitorar a repercussão das ações da Prefeitura no ambiente digital. Os achados do monitoramento precisam ser analisados para identificação de menções que possam demandar intervenções imediatas em ambientes de comunicação.

O monitoramento da mídia profissional deve ser ininterrupto e feito em articulação e sinergia direta com a equipe de comunicação - a quem caberá, com base nas tendências apresentadas no monitoramento, produzir e definir os conteúdos a serem publicados nas redes em nome da Prefeitura de Piraí.

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: apresentação de relatório de monitoramento no mês;

Em casos de crise ou de situações atípicas, podem ser realizados monitoramentos específicos sobre determinado tema ou assunto com um período definido de monitoramento dessas informações.

ITEM 15. PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

O início do trabalho da Contratada pressupõe um mergulho na cidade para que sejam mapeadas as necessidades da população e da gestão que podem ser supridas por meio da comunicação digital.

Tal conhecimento aprofundado, mediante entrevistas, visitas, pesquisas em bancos de dados, conhecimento de suas ações, análises de benchmarking e outros, servirá para o planejamento anual de comunicação digital para a Prefeitura de Piraí.

O Plano de Comunicação Digital deverá estar alinhado ao Plano de Comunicação Geral contemplar as principais políticas públicas e ações da Prefeitura de Piraí com foco no atendimento à população. É preciso que o Plano tenha um olhar tanto para a reputação da gestão quanto para a interação com a população. Transparência e participação devem ser os pilares das presença da Prefeitura de Piraí no ambiente digital.

Prazo: serviço anual, sob demanda;

Remuneração: única, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: arquivo eletrônico contendo o planejamento anual; relatório comprovando as três apresentações realizadas para fins de alinhamento e treinamento com as equipes de comunicação e lideranças.

Métrica: arquivo entre 50 e 100 páginas (arquivo tipo Word ou PDF) ou lâminas/ slides em arquivo tipo Power Point; indicação de todas as fontes de informação utilizadas; comprovada utilização de benchmarking com indicação de pelo menos 5 (cinco) diferentes experiências de comunicação digital governamental em cidades de porte e perfil semelhantes à Piraí.

15.1 – REVISÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Todo o ano, ou assim que a Contrate definir, pode-se solicitar uma revisão do planejamento de comunicação digital tendo me vista um novo cenário, ou mudanças de caráter administrativo ou político que necessitem esse novo olhar.

Remuneração: única, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: arquivo eletrônico contendo o planejamento revisado

ITEM 16. CLIPPING DIÁRIO

Busca e captação de notícias com menção ou relação a ações de Piraí em diferentes mídias: jornais e revistas impressos e digitais, TVs, Rádios, portais de notícias e blogs, organizado pelas categorias: local, regional e nacional.

Prazo: serviço diário sob demanda, de segunda a domingo, que deverá ser enviado até 8h por e-mail e WhatsApp para a lista de contatos indicada pela contratante

Remuneração: mensal, mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: apresentação de relatório de atividades no mês;

ITEM 17. SERVIÇO DE TRANSMISSÃO AUDIOVISUAL

Transmissão audiovisual ao vivo e gravação de eventos e ações realizadas pela Prefeitura na cidade e em outras regiões do Estado

Prazo: sob demanda

Remuneração: mediante comprovação de execução;

Comprovação de execução: a própria transmissão do evento

APÊNDICE I-A

PLANILHA ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E DE PREÇOS

MAPA DE PREÇOS PARA FORMAÇÃO DO VALOR DO CONTRATO QUANTIDADE ESTIMADA ANUAL / VALOR UNITÁRIO MÉDIO / VALOR TOTAL ANUAL			
PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS	**Quantidade Estimada Anual**	**Valor Unitário**	**Valor total anual**
1. GESTÃO DE CONTEÚDO			
Coordenador de Executivo	12	R$ 20.222,22	**R$ 242.666,67**
Profissional de Comunicação Pleno	24	R$ 5.802,78	**R$ 139.266,64**
Profissional de Cobertura de Audiovisual	12	R$ 9.583,33	**R$ 114.999,99**
Designer	12	R$ 9.694,44	**R$ 116.333,32**
Editor	12	R$ 10.581,94	**R$ 126.983,33**
2. ANÁLISE DE IMAGEM			
Análise Imagem	1	R$ 38.266,67	**R$ 38.266,67**
3.PLANO INTEGRADO DE COMUNICAÇÃO			
Plano Integrado de Comunicação	1	R$ 35.000,00	**R$ 35.000,00**
4. AUDITORIA DE IMAGEM			
Auditoria de Imagem	1	R$ 36.400,00	**R$ 36.400,00**
5. TREINAMENTO PARA GESTÃO DE CRISE			
Treinamento para gestão de Crise	1	R$ 35.150,00	**R$ 35.150,00**
Vídeo Temático	1	R$ 38.333,33	**R$ 38.333,33**
7. SERVIÇOS DE EDITORAÇÃO E PRODUÇÃO DE PERIÓDICOS			
Serviço de Editoração e Produção de Periódicos	1	R$ 21.500,00	**R$ 21.500,00**

8. APRESENTAÇÕES			
Apresentações	1	R$ 18.611,33	**R$ 18.611,33**
9. ORGANIZAÇÃO DE ENTREVISTAS E COLETIVAS DE IMPRENSA			
Organização de entrevistas e coletivas de imprensa	1	R$ 29.737,60	**R$ 29.737,60**
10.. GERENCIAMENTO DE CRISES			
Gerenciamento de Crise	1	R$ 36.666,67	**R$ 36.666,67**
11. MONITORAMENTO DIGITAL			
Monitoramento Digital	12	R$ 1.829,17	**R$ 21.950,00**
12. PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL			
Plano de Comunicação Digital	1	R$ 27.852,07	**R$ 27.852,07**
Revisão de Plano de Comunicação Digital	1	R$ 5.136,66	**R$ 5.136,66**
13. CLIPPING DIÁRIO			
Clipping Diário	12	R$ 8.597,22	**R$ 103.166,65**
14. SERVIÇO DE TRANSMISSÃO AUDIOVISUAL			
Serviço de Transmissão Audiovisual	1	R$ 17.300,00	**R$ 17.300,00**
			R$ 1.205.320,94

Valor Global Estimado: R$1.205.320,94 (Um milhão, duzentos e cinco mil, trezentos e vinte reais e noventa e quatro centavos).

APÊNDICE II

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Institucional	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Institucional
	III. Solução de Comunicação Institucional
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	

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

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m^2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m^2, orientação retrato;

d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou materiais de Comunicação Institucional que trata a alínea ‘b’ do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.9.

1.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Institucional poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Plano de Implementação poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de ações e/ou materiais integrantes do subquesito Solução de Comunicação Institucional deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 2, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ do subitem 12.1.1.2 do Edital.

1.2.5 O Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Institucional e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

1.2.7 Os textos, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, 15 (quinze) páginas, cabendo às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 12.1.1.2 e no subitem 18.2.1 do Edital.

1.2.8 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Institucional e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada com base no *Briefing* (Apêndice II-A), observadas as seguintes disposições:

1.3.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de Comunicação Institucional identificadas;

c) compreensão da relação do Município de Piraí com seus diferentes públicos;

d) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

1.3.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Institucional – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, compreendendo:

a) explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do Município de Piraí no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do *Briefing*.

b) proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de Comunicação Institucional utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.

1.3.2.1 A licitante não poderá contemplar na Estratégia de Comunicação Institucional atividades de promoção e a realização de eventos, sem vínculo com a natureza de uma ação de Comunicação Institucional, de relacionamento com a imprensa e de relações públicas.

1.3.3 Subquesito 3 – Solução de Comunicação Institucional – apresentação das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) relação de todas as ações e/ou materiais de Comunicação Institucional que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1 O detalhamento mencionado na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou instrumento de Comunicação Institucional, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2 Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou materiais de Comunicação Institucional superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou materiais de Comunicação Institucional de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) textos, roteiros, *storyboards*, leiautes impressos e/ou montados ('boneca');

b) *storyboards* animados ou *animatics;*

c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

1.3.3.4 Os *storyboards* e os leiautes impressos e/ou montados ('boneca') devem preservar a capacidade de leitura dos textos e das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.3.5 No *storyboard* animado ou no *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

1.3.3.6 Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou materiais de Comunicação Institucional, como imagens em movimento, trilha sonora, e locução.

1.3.3.7 O 'monstro', o leiaute eletrônico, o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em *pen drive* executável em sistema operacional *Windows*.

1.3.3.7.1 Nessas mídias de apresentação (*pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.8 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para materiais finalizados, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

1.3.3.9 Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou material de Comunicação Institucional.

1.3.3.10 Para fins de cômputo das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;

b) cada mapa de influenciadores relacionado aos diferentes aspectos do *Briefing* será considerado 01 (um) novo exemplo;

c) um *media training* estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado 01 (um) exemplo;

d) um vídeo *release* (ou um *podcast*) e a página na internet onde ficará hospedo serão considerados 02 (dois) exemplos;

e) um manual distribuído em um treinamento serão considerados 02 (dois) exemplos.

1.3.4 Subquesito 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional constantes de sua proposta, contemplando:

a) cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional, com os respectivos públicos e períodos;

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

a) na verba referencial para investimento, estabelecida no *Briefing* do Apêndice III-A;

b) nos valores cheios dos preços unitários previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice I-A.

1.3.4.2 Todas as ações e/ou materiais de Comunicação Institucional que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4 O Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou materiais da Solução de Comunicação Institucional, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de Comunicação Institucional, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o CONTRATANTE.

1.6 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais de Comunicação Institucional que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.6.1 Os documentos, as informações e as ações e/ou materiais dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.6.2 A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos, cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de Comunicação Institucional propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

I - deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações de Comunicação Institucional solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

IV - deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade

V - Deverá ter sido implementado, no máximo, 5 (cinco) anos antes da publicação do Edital da presente licitação.

1.6.2.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.6.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.6.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) ações e/ou materiais de Comunicação Institucional, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I – na versão digital: deverão ser fornecidas em *pen drive* executável no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II – na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada ação e/ou material de Comunicação Institucional, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

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

2.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional

2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de Comunicação Institucional identificadas;

c) a adequação demonstrada na análise da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos;

d) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

2.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Institucional

a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do Município de Piraí às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a Comunicação Institucional do CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;

c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Institucional pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Institucional proposta e os efeitos e resultados esperados;

e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Institucional, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

2.2.1.3 Subquesito 3 – Solução de Comunicação Institucional

a) o alinhamento das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional com a estratégia proposta;

b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;

e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;

f) a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.

2.2.1.4 Subquesito 4 – Plano de Implementação

a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *Briefing*;

b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no *Briefing*, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.

2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes em sua Comunicação Institucional e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em Comunicação Institucional e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE;

c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante.

2.2.3 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de Comunicação Institucional em cada relato;

b) a demonstração de que a solução de Comunicação Institucional contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) a qualidade da execução das ações e/ou materiais de Comunicação Institucional desenvolvidos pela licitante para seu cliente;

e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

2.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Apêndice.

2.3.2 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Institucional		*80*
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	*15*
	II. Estratégia de Comunicação Institucional	*25*
	III. Solução de Comunicação Institucional	*25*
	IV. Plano de Implementação	*15*
2. Capacidade de Atendimento		*10*
- Relação dos principais clientes		*Presença de clientes integrantes do Poder Executivo Municipal – 3*

	Presença de clientes com atuação nacional e regional – 2
	Apenas clientes com atuação regional – 1
- Quantificação e qualificação dos profissionais	*Mais de 8 profissionais com experiência superior a 10 anos – 3*
	Até 8 profissionais com experiência superior a 10 anos – 2
	Até 6 profissionais com experiência superior a 10 anos – 1
- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante	*Atende – 2*
	Atende parcialmente – 1
	Não atende – 0
- Sistemática operacional de atendimento	*Atende – 2*
	Atende parcialmente – 1
	Não atende – 0
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	*Relato 1*
	Atende – 5
	Atende parcialmente – 2,5
	Não atende – 0
	Relato 2
	Atende – 5
	Atende parcialmente – 2,5
	Não atende – 0
PONTUAÇÃO TOTAL	**100**

2.3.2.1 Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.6.2 deste Apêndice para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.3.2.

2.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

2.3.4 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

2.3.4.1 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.

2.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

2.5 A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Institucional; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

2.5.1 A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme disposto no subitem 21.2. do Edital.

APÊNDICE II-A

PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRAÍ

DESAFIO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

BRIEFING

As informações abaixo deverão servir de base para um conjunto de estratégias, produtos e ferramentas de comunicação institucional online e offline a serem propostas para solucionar um desafio de comunicação específico, proposto pela Prefeitura Municipal de Piraí, conforme contexto descrito a seguir.

Cidades inteligentes e sustentáveis no enfrentamento das mudanças climáticas

Cidades Inteligentes é o conceito que define espaços urbanos projetados e adaptados para integrar tecnologia de ponta e inovação, criando ambientes que atendem às demandas imediatas dos cidadãos e promovem, em longo prazo, o desenvolvimento eficiente, sustentável e resiliente. Isso se dá por meio de iniciativas diversas que aprimoram o funcionamento da cidade, monitoram dados e recursos, ampliam a conectividade e melhoram a qualidade de vida das pessoas, entre outros aspectos.

Entre os setores diretamente envolvidos na aplicação do conceito de Cidades Inteligentes estão: mobilidade urbana, eficiência energética, segurança, gestão de recursos hídricos e sólidos, ocupação e ordenamento do solo, saúde e bem-estar, educação e cultura, integração de serviços públicos digitais, infraestrutura verde, economia circular, inclusão social, resposta a desastres naturais e proteção do meio ambiente.

Em todo o mundo, muitos centros urbanos se destacam como exemplos em pelo menos um desses aspectos do que se convencionou chamar de Cidades Inteligentes. Nova York e São Francisco (Estados Unidos) gerenciam a mobilidade urbana, o uso de energia e a segurança dos seus habitantes com tecnologia de alta performance, enquanto a cidade-estado de Singapura se destaca pelos espaços verdes, gestão de água e sistemas inovadores de transporte público.

Barcelona (Espanha) investe em sensores para monitorar do tráfego ao consumo de água, enquanto Copenhague (Dinamarca) prioriza iluminação e transporte público baseados em energia renovável. Em Londres (Inglaterra), sensores de qualidade do ar em diversos pontos da cidade coletam dados sobre poluição em tempo real, ajudando a implementar políticas de redução de emissões.

No Brasil, a infraestrutura tecnológica urbana está em fase de expansão nos últimos anos. Alguns municípios têm investido sobretudo em soluções de gestão e monitoramento da segurança pública e da mobilidade urbana, por meio de

equipamentos, softwares e treinamento de pessoal, o que ajuda a tornar o ambiente mais seguro e eficiente para os moradores.

Curitiba é conhecida por sua infraestrutura urbana moderna, especialmente no sistema de transporte e na conservação de áreas verdes. A capital do Paraná instalou sensores nas lixeiras que notificam o serviço de coleta quando estão cheias, resultando em menos caminhões nas ruas, economia de combustível e redução de emissões de carbono.

São Paulo investe em energia solar, monitoramento de tráfego e segurança, além de incentivar *startups* e incubadoras de tecnologia que desenvolvam soluções para o contexto urbano da maior cidade do país. No Recife, destaca-se a integração digital de serviços municipais por meio Conecta Recife[1], um programa de WI-FI público disponível em 137 pontos da capital pernambucana.

Juntamente ao conceito de Cidades Inteligentes, tem se intensificado recentemente o debate sobre as Cidades Sustentáveis, como uma resposta necessária à urbanização acelerada, que gera gargalos ambientais e sociais de alto impacto, seja qual for o porte do município. Quase 90% dos brasileiros vivem atualmente em cidades; e de 2010 a 2022, a população urbana nacional passou a crescer no ritmo de 0,82% ao ano, segundo o IBGE[2].

As cidades passaram a conviver com desafios constantes, como a pressão sobre os recursos naturais, a poluição, a destinação de resíduos e o aumento da demanda por serviços, entre outros. Para enfrentar esse cenário, é essencial que os municípios, dos menores às grandes metrópoles, implementem políticas de sustentabilidade, incluindo o componente de comunicação de utilidade pública, para garantir um futuro mais verde, resiliente e equilibrado nas cidades, interferindo de maneira positiva na forma como as pessoas interagem com o ambiente urbano.

Nos municípios brasileiros, marcados pelo crescimento urbano acelerado, quase sempre sem o devido planejamento, é frequente a ocupação desordenada e indevida dos espaços, muitos deles localizados em áreas de risco. Como resultado, a população fica mais vulnerável a impactos das mudanças climáticas como deslizamentos, enchentes e as chamadas "ilhas de calor" – um fenômeno que ocorre nas cidades quando a temperatura se intensifica devido a fatores como a alta densidade urbana e a falta de áreas verdes.

Uma pesquisa do Datafolha[3] revelou que quase todos os entrevistados (97%) afirmaram sentir as mudanças climáticas no dia a dia e 77% disseram ter passado por algum fenômeno climático recentemente. Os principais eventos vivenciados pelos

1 Fonte: Prefeitura Municipal do Recife – https://www2.recife.pe.gov.br/servico/conecta-recife-1

2 Fonte: IBGE – https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41901-censo-2022-87-da-populacao-brasileira-vive-em-areas-urbanas

3 Fonte: Datafolha – https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2024/07/97-dos-brasileiros-percebem-mudancas-climaticas-no-dia-a-dia-aponta-datafolha.shtml

entrevistados foram as ondas de calor (observadas em diversas regiões do país nos últimos anos); chuvas ou tempestades (com as que em 2022 atingiram Petrópolis e Angra dos Reis, no Rio de Janeiro); secas extremas (com as que afetaram o Amazonas em 2023 e 2024); enchentes ou alagamentos (com as do Rio Grande do Sul em 2024).

Outro aspecto fundamental a se considerar são a maior intensidade e frequência com que os eventos climáticos extremos têm ocorrido. Nesse sentido, o Governo Federal criou um sistema de alertas gratuito pelo celular[4] para pessoas em áreas de risco para eventos desse tipo. Lançada em agosto de 2024, a ferramenta foi testada em 11 municípios de pequeno, médio e grande portes das regiões Sul e Sudeste: Roca Sales e Muçum (RS), Blumenau e Gaspar (SC), Morretes e União da Vitória (PR), São Sebastião (SP), Cachoeiro do Itapemirim (ES), Indianópolis (MG), Petrópolis e Angra dos Reis (RJ).

A sustentabilidade, portanto, permite que as administrações públicas enfrentem os desafios globais, como as mudanças climáticas e a escassez de recursos, de maneira mais eficaz e consciente. Para isso, é preciso melhorar o planejamento urbano e sua gestão para que esses espaços sejam mais inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis, conforme o item 11 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável[5] da Organização das Nações Unidas (ONU).

Piraí: contexto urbano, econômico e a aposta na sustentabilidade

Localizado na região do Vale do Paraíba, no Sul Fluminense, o município de Piraí tem 490,2 km² de área e possuía, em 2024, uma população estimada de 29.054 habitantes, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)[6]. Com uma posição geográfica privilegiada, Piraí está localizada entre Rio de Janeiro e São Paulo, as duas maiores regiões metropolitanas e os dois principais polos industriais e turísticos do Brasil.

Entre as características mais relevantes de Piraí estão a alta biodiversidade do bioma Mata Atlântica e a abundância de recursos hídricos. O território é cortado pelos rios Piraí, que atravessa o núcleo urbano principal, e Guandu. No extremo sul, é banhado por uma parte da represa do Ribeirão das Lajes. E os corpos d'água do município também estão sob a influência do Paraíba do Sul, que fica a apenas 13 km de distância.

4 Fonte: Agência EBC – https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202408/governo-federal-lanca-sistema-inovador-para-envio-de-alertas-a-pessoas-em-risco-de-desastres

5 Fonte: ONU Brasil – https://brasil.un.org/pt-br/sdgs

6 Fonte: IBGE: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/pirai/panorama

De acordo com o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio)[7], não há unidades de conservação federais dentro nos limites de Piraí. A cidade, no entanto, é abrangida pela Área de Proteção Ambiental Estadual do Rio Guandu, segundo o Instituto Estadual do Ambiente (INEA)[8]. No âmbito municipal, destacam-se o Parque Natural Mata do Amador, com 7,7 hectares, e a Reserva Particular de Patrimônio Natural São Carlos do Mato Dentro, com 24,2 hectares.

Piraí é também a cidade fluminense com a maior extensão da rodovia Presidente Dutra em seu território, um trecho de 54 km de extensão. Considerada a principal rodovia do país, por ela são transportados 50% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, circulam 850 mil veículos por dia[9] e transitam 500 mil passageiros em ônibus por ano[10].

Com Produto Interno Bruto (PIB) de R$ 2,16 bilhões em 2021, de acordo com o IBGE, Piraí teve, naquele ano, um PIB per capita de R$ 82.208,92. Na comparação com outros 92 municípios do estado do Rio, a cidade ficou na 10ª posição. Atualmente, 62,9% do PIB municipal são oriundos da indústria, seguidos de comércio/serviços (21,9%), administração pública (14,2%) e da agropecuária (1%).

A participação dos setores de indústria e serviços na economia local reflete o dinamismo econômico de Piraí e a capacidade do município para atrair e manter negócios que atendem às necessidades da população local e regional; e que são essenciais para o desenvolvimento sustentável da cidade, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos seus habitantes[11].

Em relação à indústria, historicamente a principal atividade econômica de Piraí, o município viveu, a partir da segunda metade da década de 1990, um período pujante da economia local. Naquela época, funcionavam simultaneamente ao menos 16 empresas e indústrias de médio e grande porte, das áreas de tecnologia, alimentos, bebidas, papel, plásticos, construção civil e bens de consumo. Juntas, geravam mais de 4 mil empregos. Piraí foi uma das primeiras cidades do RJ a investir em conectividade gratuita em áreas públicas.

No entanto, a partir de meados da década de 2010, a cidade começou a observar um declínio da atividade industrial e um crescimento tímido do setor de serviços. Como consequência, Piraí tem experimentado, nos últimos anos, períodos de retração econômica, com perda de arrecadação e empregos, o que exige da administração municipal uma atuação mais assertiva em busca de novas alternativas e oportunidades

7 Fonte: ICMBio – https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/dados_geoespaciais/mapa-tematico-e-dados-geoestatisticos-das-unidades-de-conservacao-federais

8 Fonte: INEA – https://www.inea.rj.gov.br/biodiversidade-territorio/conheca-as-unidades-de-conservacao/

9 Fonte: Grupo CCR – https://rodovias.grupoccr.com.br/riosp/sobre/sobre-riosp/

10 Fonte: Estadão – https://estradao.estadao.com.br/onibus/viagem-de-onibus-veja-as-rotas-mais-procuradas-no-brasil-em-2022/

11 Fonte: Folha do Café – https://www.folhadocafe.com.br/noticia/comercio-e-servicos-impulsionam-o-mercado-de-trabalho-em-pirai-com-mais-de-4600-trabalhadores

de crescimento local, considerando especialmente a demanda por um desenvolvimento sustentável capaz de responder às urgências climáticas.

Em 2024, o Governo Federal lançou o Programa Cidades Verdes Resilientes[12], criado como uma resposta à falta de ações coordenadas entre os entes da federação e de direcionamento de recursos a favor da qualidade ambiental e da resiliência climática nos municípios. A iniciativa busca estimular as cidades a cumprirem os compromissos da agenda climática e do desenvolvimento urbano sustentável; aumentarem a qualidade ambiental e a resiliência diante dos impactos da mudança do clima; integrarem políticas urbanas, ambientais e climáticas, estimulando as práticas sustentáveis e os serviços ecossistêmicos do verde urbano.

Entre os objetivos específicos do Programa, no âmbito do meio ambiente urbano, estão: criar, ampliar e recuperar áreas verdes e recursos hídricos; normatizar parâmetros para orientar o planejamento e a gestão ambiental sustentável e resiliente; e fortalecer a capacidade institucional dos entes federativos para implantar ações com foco na mitigação de emissões de gases de efeito estufa e na adaptação às mudanças do clima.

Desafios e iniciativas em andamento no âmbito municipal

Em 4 de julho de 2024, Piraí realizou a etapa municipal preparatória para a 6ª Conferência Nacional das Cidades[13], com o tema "Construindo a Política de Desenvolvimento Urbano: caminhos para cidades inclusivas, democráticas, sustentáveis e com justiça social". No relatório final, foram apresentadas quatro propostas aprovadas pelos participantes:

1) Aplicar em Piraí o conceito de Cidade Inteligente, com foco em acessibilidade e conectividade;

2) Fortalecer as associações de bairros para melhorar a transparência e a integração com o poder público, permitindo que a população atue no planejamento, execução e monitoramento de políticas públicas;

3) Dialogar com as concessionárias de rodovias do Eixo Rio-São Paulo sobre a elaboração de um plano de mobilidade e acesso mais viável para os moradores de Piraí e região;

4) Implementar o Plano Habitacional de Interesse Social no município.

12 Fonte: Governo Federal/MMA – https://www.gov.br/mma/pt-br/assuntos/meio-ambiente-urbano-recursos-hidricos-qualidade-ambiental/cidades-verdes-resilientes

13 Fonte: Rede para o Desenvolvimento Urbano Sustentável/RedDUS – https://www.redus.org.br/concid24/rio-de-janeiro-rj/33

As proposições 2 (no eixo Mobilidade) e 3 (no eixo Governança Participativa) foram selecionadas para discussão nas plenárias da Conferência Estadual das Cidades[14], reforçando a visão de Piraí como cidade que busca a integração regional, o planejamento urbano qualificado e a participação social efetiva. A Conferência contou com representantes de 75 munícipios e discutiu mais de 500 propostas municipais, das quais 20 foram aprovadas para a etapa nacional, prevista para outubro de 2025.

Esse cenário converge para os desafios apontados pelo Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades 2025[15], que avalia o desempenho dos municípios brasileiros em relação aos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU. Divulgado em agosto deste ano pelo Instituto Cidades Sustentáveis, o levantamento revela a boa performance de Piraí em Saúde e Bem-Estar; Energia Acessível e Limpa; Consumo e Produção Responsáveis; Paz, Justiça e Instituições Eficazes; e Ação Contra a Mudança do Clima. Ao mesmo tempo, indica alguns desafios do município: Água Potável e Saneamento; Educação; Trabalho e Crescimento Econômico; Indústria, Inovação e Infraestrutura; Cidades e Comunidades Sustentáveis; Vida na Água e Vida Terrestre, entre outros.

Nesse contexto, a atual gestão da Prefeitura de Piraí, que tomou posse em 1º de janeiro de 2025, assumiu a responsabilidade de transformar a cidade em um polo de elaboração de políticas públicas de sustentabilidade. Com o nome de Piraí Sustentável a iniciativa busca firmar parcerias público-privadas para criar soluções voltadas aos municípios com menos de 100 mil habitantes, além de fortalecer as iniciativas sustentáveis e as cadeias produtivas locais, como as de macadâmia e tilápia.

Para isso, a atual administração está trabalhando na implementação de um centro de pesquisa da Mata Atlântica, em área de Mata Atlântica. O objetivo é atrair para o local parceiros de diversos setores interessados em investir no desenvolvimento de tecnologias, projetos de interesse social e mecanismos de monitoramento e avaliação, entre outras soluções desenvolvimento sustentável.

O Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)[16], por exemplo, possui linhas de crédito indireto para municípios de menor porte, incluindo apoio técnico e financeiro aos médios, pequenos e microempreendedores locais. Nessa modalidade de financiamento, comum em projetos de grande impacto econômico ou social, o banco detém maior controle técnico da operação e acompanha de perto os resultados. O BNDES pode, ainda, oferecer suporte técnico aos municípios para criarem concessões turísticas estruturadas e sustentáveis, gerando desenvolvimento e renda na região.

14 Fonte: Governo do Rio de Janeiro – https://www.rj.gov.br/secid/conferenciadascidades

15 Fonte: ICS – https://idsc.cidadessustentaveis.org.br/

16 Fonte: Tempo Real RJ – https://temporealrj.com/mercadante-recebe-freixo-e-caravana-de-prefeitos-para-tratar-de-investimentos-do-bndes-no-interior-do-rio/

Além disso, estão em fase de execução 13 projetos de sustentabilidade no município, alguns dos quais respondem aos desafios apontados em relação aos ODS (lista abaixo).

Projetos de sustentabilidade em andamento em Piraí (agosto/2025)

1. Restauração de áreas de mata atlântica;
2. Renovação do Plano Municipal de Saneamento Básico;
3. Revitalização da Trilha do Parque Municipal Mata do Amador, com foco em segurança, sinalização e educação ambiental (parceria com a iniciativa privada);
4. Feira de Ciências com alunos da rede municipal de ensino;
5. Meio Ambiente nos Bairros (orientações sobre separação correta dos resíduos sólidos e incentivo à coleta seletiva para moradores, comerciantes e estudantes);
6. Eventos Sustentáveis (ações educativas integradas ao Calendário Ambiental Nacional, como o Dia Mundial da Água e a Semana do Meio Ambiente);
7. Reflorestamento (doação permanente de mudas no horto municipal);
8. Expansão do projeto Ecofauna para outras áreas da cidade (hoje funciona no Sanatório da Serra, com levantamento e monitoramento da fauna silvestre);
9. Proteção de animais silvestres (combate ao tráfico e ao desmatamento, protocolo de acolhimento, manejo e destinação, prevenção de atropelamentos, bem-estar animal e respeito à legislação);
10. Complexo Piraí (revitalização do pátio, campo, quadra de areia, auditório e deck, em parceria com a iniciativa privada);
11. Programa Limpa Rio (limpeza manual e mecanizada de córregos e bueiros);
12. Brigada de incêndio florestal voluntária (em parceria com os Comitês das Bacias Hidrográficas dos Rios Guandu, da Guarda e Guandu-Mirim);
13. Poda e supressão preventiva de vegetação (em parceria com a iniciativa privada).

Desafio de Comunicação Institucional

Com base nas informações e cenários descritos acima, o desafio proposto consiste em elaborar um Plano Estratégico de Comunicação Institucional para a Prefeitura

Municipal de Piraí, nas mídias online e offline, com foco nas políticas públicas de sustentabilidade da cidade.

O exercício criativo tem por objetivo dar visibilidade às iniciativas da atual gestão, contribuindo para posicionar Piraí, em nível nacional e regional, como um polo fomentador de políticas públicas de desenvolvimento sustentável. Ao mesmo tempo é preciso criar na população local a percepção de que Piraí tem no sustentabilidade um pilar de desenvolvimento capaz de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos.

O plano deverá contemplar as características socioeconômicas e ambientais do município; os veículos, canais e produtos, online e offline, locais e/ou de abrangência regional e nacional; a diversidade de públicos e temas de interesse a serem abordados; os profissionais, serviços e ferramentas necessários para a executar as ações propostas; e um período total de 02 (dois) meses de execução, considerando as fases de planejamento, execução e monitoramento de resultados.

A verba referencial para execução deste exercício criativo é de até R$150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).

A proposta deverá conter soluções para assessoria de imprensa online e offline e relações públicas (considerando os diversos públicos prioritários envolvidos, como imprensa, formadores de opinião, influenciadores, poder público, setor privado, comunidade, organizações da sociedade civil, entre outros); e redes sociais (considerando os canais próprios da Prefeitura Municipal de Piraí, existentes ou não), além de poder contemplar ferramentas inovadoras de comunicação.

APÊNDICE III

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

a) em caderno único, em papel que a identifique, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2 A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o modelo do Apêndice III-A e será constituída de:

a) percentual de desconto;

b) conjunto de declarações;

c) informações sobre a licitante.

1.2.1 O percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais constante Apêndice I-A não poderá superior a 20% (vinte por cento), nem ser inferior a 5% (cinco por cento).

1.2.1.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais elencados no Apêndice I estão incluídos todos os custos internos da licitante, diretos e indiretos, tais

como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (hardware), programas (software); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato.

1.2.1.2 Os percentuais de desconto devem ser apresentados em valores numéricos, com 2 (duas) casas decimais, e por extenso.

1.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do 2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2023, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

1.5 Os preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto proposto, são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

2.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

2.2 Os Invólucros com as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas ficarão sob a guarda da Comissão Permanente de Licitação.

2.3 A Comissão Permanente de Licitação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Apêndice III-A.

2.4 Será desclassificada Proposta de Preços que apresentar percentual de desconto baseado em outra Proposta, que contiver qualquer condicionante para a entrega dos produtos e serviços, que não contiver alguma das informações solicitadas neste Apêndice, ou que for considerada inexequível pela CONTRATANTE pelo Município de Piraí, observada a legislação aplicável.

2.5 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.

2.6 O Preço Proposto pela Licitante, nos termos da alínea 'a' do subitem 1.2 deste Apêndice, será considerado na identificação do Índice de Preços (IP) da licitante, obtido pela aplicação da fórmula IP = (PPL/MPD), utilizando-se duas casas decimais, onde:

IP = Índice de Preços

PPL = Percentual Proposto pela Licitante no quesito Percentual de Desconto (serviços essenciais);

MPD = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL.

2.7 O Índice de Preços (IP) de cada licitante será considerado no julgamento final da concorrência, conforme disposto no Edital.

APÊNDICE III-A

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Especial ou Permanente de Licitação

Concorrência nº 010/2026

1. Declaramos que, caso esta licitante venha a ser contratada pelo Município de Piraí como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

a) percentual de desconto de **.....% (** ..... **por cento)**, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I-A do Anexo I do Edital desta concorrência.

2. Declaramos ainda que:

a) os direitos patrimoniais sobre autoria dos conteúdos, bem como os direitos de uso dos dados coletados, incluídos os estudos, análises e planos elaborados por esta licitante, por meio de nossos empregados ou prepostos, em decorrência da execução do contrato, passam a ser integralmente do Município de Piraí;

a1) consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea 'a', na remuneração dos produtos e serviços;

a2) o Município de Piraí, a seu juízo, utilizar os direitos referidos na alínea 'a' durante a vigência do contrato a ser celebrado, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus;

b) nos preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

c) os percentuais acima propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto, na vigência do contrato caso seja firmado;

d) comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados, transferindo ao Município de Piraí todas as vantagens obtidas;

e) manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas;

f) estamos cientes de que o Município de Piraí procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

a) esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e tem validade de ..... (.....) dias, contados de sua apresentação;

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

Nome empresarial:
Endereço:
CEP:

CNPJ:
Inscrição Estadual ou Municipal:

local e data

_____

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>