

EDITAL DE CONCORRÊNCIA
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO E INTEGRIDADE PUBLICA
CONCORRÊNCIA CO – GI Nº 01/2022

1. INTRODUÇÃO

1.1- O MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO, por meio da SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO E INTEGRIDADE PUBLICA, torna público que fará realizar licitação, sob a modalidade de CONCORRÊNCIA PÚBLICA, do tipo melhor técnica, para a prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do Município do Rio de Janeiro aos veículos e demais meios de divulgação para os órgãos e entidades da Administração direta e indireta do Poder Executivo Municipal, devidamente descritos, caracterizados e especificados neste Edital e seus anexos.

1.2- A presente licitação se rege por toda a legislação aplicável à espécie, especialmente pela Lei Federal nº 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelas normas de caráter geral da Lei Federal nº 8.666/93, pela Lei Complementar Federal nº 123/06 – Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, pela Lei Complementar Federal nº 101/00 – Lei de Responsabilidade Fiscal, pelo Código de Defesa do Consumidor, instituído pela Lei Federal nº 8.078/90 e suas alterações, pelo Código de Administração Financeira e Contabilidade Pública do Município do Rio de Janeiro – CAF, instituído pela Lei nº 207/80, e suas alterações, ratificadas pela Lei Complementar nº 1/90, pelo Regulamento Geral do Código supra citado – RGCAF, aprovado pelo Decreto Municipal nº 3.221/81, e suas alterações, pela Lei Complementar Municipal nº 111/11 – Plano Diretor e de Desenvolvimento Urbano Sustentável do Município do Rio de Janeiro, pela Lei Municipal nº 2.816/99, e pelos Decretos Municipais nº 17.907/99, 18.835/00, 21.083/02, 21.253/02, 22.136/02, 27.715/07, 31.349/09, 39.726/15, 40.285/15, 40.286/15, 43.612/17, 46.264/17, 49.415/21, Decreto Federal nº 57.690 e Decreto Federal nº 4.563/2002 com suas alterações posteriores, Normas Padrão do Conselho Executivo das Normas Padrão (CNEP), bem como pelos preceitos de Direito Público, pelas disposições deste Edital e de seus Anexos, normas que as licitantes declaram conhecer e a elas se sujeitarem incondicional e irrestritamente.

1.2.1- Também rege o contrato derivado da presente concorrência a legislação federal, estadual e municipal sobre direito eleitoral, com especial destaque para as normas relativas à publicidade e propaganda institucionais em períodos imediatamente anteriores às eleições, no que couber.

1.3- As retificações do Edital obrigam todas as licitantes e serão divulgadas pelos mesmos meios de divulgação do Edital.

1.4- A licitação que é objeto do presente Edital poderá ser adiada ou revogada por razões de interesse público, sem que caiba às licitantes qualquer direito a reclamação ou indenização por estes motivos, de acordo com o art. 387 do RGCAF c/c o art. 49 da Lei Federal nº 8.666/93.

1.5- As licitantes interessadas poderão obter o presente Edital e seus anexos no endereço eletrônico <http://ecomprasrio.rio.rj.gov.br> podendo, alternativamente, obtê-lo em meio magnético ou adquiri-lo em via impressa, mediante o pagamento da reprodução gráfica do Edital e seus anexos.

1.6- O pagamento referido no item 1.5 deverá ser feito por meio de DARM – Documento de Arrecadação Municipal, conforme estabelece a Resolução Conjunta CGM/SMA/SMF Nº 70, de 10/05/2013, publicada no D.O.de 13/06/2013, página 06. Neste caso, quando da retirada do Edital, a empresa deverá apresentar cópia do recibo bancário constando a sua denominação ou razão social, o seu número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ e o número deste Edital.

1.7- Os interessados poderão solicitar esclarecimentos acerca do objeto deste edital ou interpretação de qualquer de seus dispositivos até 7 (sete) dias úteis antes da abertura da sessão, por escrito, no seguinte endereço: Rua Afonso Cavalcanti, 455, sala 1568 – Cidade Nova - RJ, telefones (21) 2976-2263 e 2976-1061, de 9:00 até às 18:00 horas, ou, ainda, através do e-mail licitação_segovi@rio.rj.gov.br.

1.8- Caberá ao Presidente da Comissão de Licitação responder aos pedidos de esclarecimentos até 3 (três) dias úteis antes do encerramento do prazo de acolhimento de propostas, com encaminhamento de cópia da resposta para todos os interessados, observado o disposto no item 1.3.

1.9- Os interessados poderão formular impugnações ao edital até 2 (dois) dias úteis antes da abertura da sessão, no seguinte endereço: Rua Afonso Cavalcanti, 455 sala 1568 – Cidade Nova - RJ, de 9:00 até às 18:00 horas, ou, ainda, através do e-mail licitação_segovi@rio.rj.gov.br.

1.10- Caberá à AUTORIDADE SUPERIOR, auxiliada pelo Presidente da Comissão de Licitação, decidir sobre a impugnação até 1 (um) dia útil antes da abertura da sessão, com encaminhamento de cópia da resposta para todos os interessados, observado o disposto no item 1.3.

1.11- A licitação não prosseguirá nos atos ulteriores até que sejam prestados os

esclarecimentos ou respondidas as impugnações existentes. Oferecida a resposta da Administração, a sessão de recebimento das propostas será realizada nos prazos indicados nos itens 1.8 ou 1.9, conforme o caso, no mesmo horário e local, salvo quando houver designação expressa de outra data pela Comissão de Licitação a ser divulgada pelos mesmos meios de divulgação do Edital.

2. AUTORIZAÇÃO PARA REALIZAÇÃO DA LICITAÇÃO

2.1- Autorização do Coordenador Geral de Publicidade da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública (conforme *art. 397* do RGCAF), constante do Processo Administrativo nº 10/000.457/2022 de 21/02/2022 publicada no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro – D.O. RIO de 24/02/2022.

3. DIA, HORÁRIO E LOCAL DA ABERTURA DA LICITAÇÃO

3.1- No dia 25 de abril de 2022, às 11:00 h, a Comissão de Licitação estará reunida na Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, na Rua Afonso Cavalcanti, nº 455, Subsolo, Sala 01, Cidade Nova, na Cidade do Rio de Janeiro, para receber e iniciar a abertura dos envelopes referentes à CONCORRÊNCIA CO – GI Nº 01/2022.

3.2- No caso de a licitação não poder ser realizada na data estabelecida, será adiada para o primeiro dia útil posterior, no mesmo horário e local, salvo designação expressa de outra data pela Comissão de Licitação a ser divulgada pelos mesmos meios de divulgação do Edital.

4. OBJETO

4.1- O objeto da presente concorrência é a contratação de 3 (três) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade, sob demanda. Considera-se serviços de publicidade, o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do Município do Rio de Janeiro aos veículos e demais meios de divulgação para os órgãos e entidades da Administração direta e indireta do Poder Executivo Municipal.

4.1.1- Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;

b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;

c) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

4.1.2- As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' terão a finalidade, cumulativamente, de:

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

b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

5 - NATUREZA DOS SERVIÇOS

5.1 - Os serviços de publicidade do subitem 4.1 acima se encontram tecnicamente abrangidos nos limites legais previstos no artigo 2º da Lei 12.232/2010 e das diretrizes fixadas no art.37, §1º da CRFB e compreendem:

a) Estudo, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários;

b) Pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários;

c) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

d) Execução de ações destinadas a orientar, subsidiar ou complementar os esforços publicitários, aí se incluindo assessoramento, apoio e gerenciamento na execução de promoção e parcerias, no desenvolvimento de produtos e serviços, no planejamento e elaboração de produtos e decoração, no assessoramento e supervisão em planejamento e execução de projetos de audiovisuais, nos projetos de multimídia e demais ferramentas de comunicação e marketing, na supervisão de serviços terceirizados, em pesquisas e na coordenação das atividades necessárias para a melhor divulgação e implementação dos atos de governo.

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

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

5.1.2 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município do Rio de Janeiro.

5.1.3 Os serviços a serem contratados poderão incluir, quando necessário, elementos de reprodução gráfica, de acordo com o planejamento estratégico das respectivas atividades de comunicação.

5.1.4 Fica expressamente esclarecido que as ações de publicidade objeto da presente contratação estão estritamente vinculadas a fins educativos, informativos ou de interesse social, em conformidade com o disposto no art.37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedada a publicidade que, direta ou indiretamente, caracteriza promoção pessoal ou de autoridade, servidor público ou da imagem do governo municipal.

5.1.5 Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

5.1.6 Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominadas agências ou licitantes ou contratadas.

5.1.6.1- O valor máximo estimado previsto no Edital será dividido em partes iguais entre cada uma das agências que vierem a ser contratadas, de modo que o valor estimado individualizado, para as despesas com os serviços executados por cada uma das agências, corresponda a 1/3 do valor máximo estimado indicado no item 6.2 do Edital. Com isso, cada contrato terá valor máximo estimado individualizado em R\$ 42.000.000,00 (quarenta e dois milhões de reais).

5.1.6.2- A metodologia de seleção interna das agências pelo CONTRATADO será o determinado no Anexo X, devidamente aprovada no processo 10/000.457/2022, pela autoridade competente e publicada pelo Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro de 24/02/2022.

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

5.1.7.1- Os serviços poderão ser executados, indistintamente, por quaisquer das agências contratadas, observado o limite estabelecido no item 5.1.6.1 e a metodologia de seleção interna de que trata o item 5.1.6.2.

5.1.7.2- Não poderá haver segregação de itens ou contas publicitárias.

5.1.8- As agências atuarão por ordem e conta do Município do Rio de Janeiro, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

5.1.9- As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no presente Edital.

5.1.10- As agências atuarão de acordo com as solicitações do Município do Rio de Janeiro.

5.1.11- As agências que vierem a ser contratadas atuarão de acordo com solicitação do Município e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços objeto deste Edital. Os serviços serão executados indistintamente e independentemente da classificação no certame.

5.2 - Na hipótese de o número de agências habilitadas e/ou classificadas ser inferior a 3 (três), a eventual contratação far-se-á com a(s) agência(s) remanescentes, distribuindo-se, se for o caso, igualmente o valor máximo estimado para esta contratação (item 6.2 do Edital).

6. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

6.1- Os recursos necessários à realização dos serviços ora licitados correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO E INTEGRIDADE PÚBLICA
PROGRAMA DE TRABALHO: 10.07.04.131.0322.2013
CÓDIGO DE DESPESA: 3.3.90.3973
FONTE DE RECURSO: 100

6.2 - O demonstrativo contendo a estimativa prevista encontra-se no Anexo II, totalizando a importância de R\$ 126.000.000,00 (cento e vinte e seis milhões de reais).

7.TIPO DE LICITAÇÃO

7.1- A presente licitação é do tipo **MELHOR TÉCNICA**.

8.PRAZOS

8.1- O Contrato vigorará a partir da data da sua assinatura, até 12 (doze) meses contados desta ou da data estabelecida no memorando de início, se houver.

8.2 - O prazo de execução dos serviços poderá ser prorrogado ou alterado nos termos da Lei Federal nº 8.666/93.

8.3 - No caso de serviços continuados, o contrato poderá ser prorrogado na forma do artigo 57, II, da Lei Federal nº 8.666/93 e das demais normas aplicáveis ou alterado, na forma do art. 65 da Lei nº 8.666/93.

8.4 - As licitantes ficam obrigadas a manter a validade da proposta por 60 (sessenta) dias, contados da data da realização da licitação.

8.5 - Decorrido o prazo consignado no item anterior sem que tenha havido convocação para assinatura do termo de contrato, as licitantes ficarão liberadas de quaisquer compromissos assumidos.

9. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

9.1- Poderão participar da presente licitação todos os interessados que comprovarem possuir os requisitos de qualificação exigidos neste Edital.

9.2- Não serão admitidas nesta licitação as empresas suspensas do direito de licitar, no prazo e nas condições do impedimento, e as declaradas inidôneas pela Administração Direta ou Indireta.

9.3- Não será permitida a participação de sociedades cooperativas em razão da natureza do objeto do presente certame.

9.4- Não será permitida a participação em consórcio.

9.5- As operações societárias deverão ser submetidas à prévia aprovação Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, para verificação de suas implicações com o objeto do Contrato, que poderá ser rescindido em qualquer hipótese de prejuízo ou elevação de risco para o seu cumprimento.

9.6- Não será permitida a participação de licitantes cujos dirigentes, gerentes, sócios ou componentes do seu quadro técnico sejam servidores da Administração Direta ou Indireta do Município, ou que o tenham sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data DO ATO CONVOCATÓRIO. Será vedada também a participação de licitantes que possuam em seus quadros funcionais, profissional que tenha ocupado cargo integrante dos 1º e 2º escalões da Administração Direta ou Indireta do Município, nos últimos 12 (doze) meses, devendo apresentar declaração de atendimento a tal requisito.

9.7 - Não serão aceitas na presente licitação as licitantes que tenham participado da elaboração do(s) projeto(s) relacionado(s) ao objeto desta licitação, bem como

aqueles cujo quadro técnico seja integrado por profissional que tenha atuado como autor ou colaborador do BRIEFING.- Anexo XI.

9.8- A licitante se fará representar por meio de Carta de Credenciamento, na forma do Anexo V, ou Procuração, conferindo poderes expressos para intervir no procedimento licitatório.

9.8.1- Ficará dispensada da apresentação de Carta de Credenciamento a pessoa física que comprovar poderes legais para representar a licitante, bastando apresentar a prova de sua identidade.

9.8.2- A não apresentação ou incorreção do documento de credenciamento não acarretará a inabilitação da licitante, mas impedirá o seu representante de se manifestar e responder pela mesma nas sessões públicas.

9.8.3- Após o credenciamento, cada representante entregará à Comissão de Licitação, 4 (quatro) envelopes fechados, na forma descrita no item 11.

9.8.4 – Cada representante deverá assinar o termo de cessão de uso de imagem para fins exclusivos de transmissão e posterior disponibilização do processo licitatório, conforme disposto na Resolução SEGOVI Nº 57 de 21 de maio de 2021.

10. DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1- A Licitação de que trata o presente Edital será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão avaliadas conforme o subitem 10.2.

10.2- As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

10.2.1 - Pelo menos 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

10.3- A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo Município do Rio de Janeiro e será composta por, pelo menos 3 (três) profissionais que não mantenham vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município do Rio de Janeiro, na forma do Artigo 10, § 2º, in fine, da Lei 12.232/2010.

10.3.1- A relação dos nomes referidos no subitem 10.3 será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.3.2- 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 do Rio de Janeiro, nos termos dos subitens 10.2.1 e 10.3. Deverão ser designados, neste mesmo sorteio, três suplentes para os casos de impedimento de qualquer dos membros efetivos, respeitada, sempre, a proporcionalidade mencionada nos itens 10.2.1 e 10.3.

10.3.3- A relação prevista no subitem 10.3 conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Município do Rio de Janeiro.

10.3.4- 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 10.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

10.3.5- 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.

10.3.6 - A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 10.

10.3.6.1- Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 10.3.

10.3.6.2- Só será admitida nova impugnação ao nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

10.3.7- 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 10.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10.4 - A Comissão permanente de Licitação poderá ser assessorada tecnicamente, cabendo aos assessores emitir pareceres quando por ela solicitados.

10.5 - É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informar que deveria constar originalmente da proposta.

11. DOS ENVELOPES DA DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA E DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1- Os documentos de proposta técnica e propostas de preços de cada licitante serão entregues à Comissão Permanente de Licitação em Envelopes nº 01, nº 02, nº 03 e nº 04, devidamente lacrados, conforme os subitens 11.1.1, 11.1.2, 11.1.3 e 11.1.4, em data, hora e local estabelecidos no item 3 deste Edital.

11.1.1- No **Envelope nº 01** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que trata o item 1 do Anexo XIII do Edital – Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica.

11.1.1.1- Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Município do Rio de Janeiro.

11.1.1.2- O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17h, à Rua Afonso Cavalcanti nº 455/15º andar/sala 1568, Cidade Nova, Rio de Janeiro, mediante solicitação formal (Anexo XIV).

11.1.1.3- Para preservar – até a abertura do Envelope nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope nº 1 não poderá:

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

11.1.1.4- O Envelope nº 01 deverá estar lacrado, mas sem rubrica ou outro elemento que possa identificá-lo.

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

11.1.2.1- O Envelope nº 02 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022
ENVELOPE Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA:
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA
RAZÃO SOCIAL, CNPJ, ENDEREÇO, TELEFONE E E-MAIL DA LICITANTE

11.1.2.2 - O Envelope nº 02 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.

11.1.3- No **Envelope nº 03** deverão estar acondicionados os documentos pertinentes à **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os itens 2, 3 e 4 do Anexo XIII do edital – Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica.

11.1.3.1- O Envelope nº 03 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022
ENVELOPE Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA:
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
RAZÃO SOCIAL, CNPJ, ENDEREÇO, TELEFONE, EMAIL DA LICITANTE

11.1.3.2- O Envelope nº 03 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.

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

11.1.4 - A **Proposta de Preços** deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação condicionada no **Envelope nº 04**.

11.1.4.1- O Envelope nº 04 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022
ENVELOPE Nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS
RAZÃO SOCIAL, CNPJ, ENDEREÇO, TELEFONE E EMAIL DA LICITANTE

11.1.4.2- O Envelope nº 04 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.1.4.3- A Proposta de Preço deverá ser grafada em percentuais e apresentada em língua portuguesa, impressa por qualquer meio eletrônico em 2 (duas) vias, em papel timbrado do licitante, sem emendas ou rasuras, devendo ainda ser datada, assinada na última folha e rubricada nas demais por seu representante legal ou procurador, com poderes para o exercício da representação, na forma deste Edital.

11.1.4.4- A Proposta de Preços deverá conter o nome e o endereço completos do licitante, seus números de telefone, bem como seu endereço eletrônico (email), para fins de eventuais contatos, assim como dados e qualificação completa do representante legal ou procurador do licitante que será responsável pela celebração do Contrato (estado civil, profissão, número da cédula de identidade, com a identificação do respectivo órgão emissor, número do CPF, endereço completo de seu domicílio e o cargo por ele ocupado no Escritório licitante).

11.1.4.5- A Proposta de Preços deverá conter os percentuais a serem utilizados para pagamento de cada serviço quando da sua ocorrência, observado o modelo de proposta constante do Anexo VIII do Edital.

11.1.4.6- A Proposta de Preços deverá consignar expressamente os percentuais propostos pelo licitante, que deverá suportar todos os custos e despesas, diretas e indiretas (inclusive tributos, encargos sociais e trabalhistas, contribuições parafiscais), além de quaisquer outros necessários ao cumprimento integral do objeto desta Licitação, descrito no Anexo XI (Briefing), e apresentado conforme o Anexo VIII (Modelo de Proposta de Preços).

11.1.4.7- A proposta deverá conter oferta firme e precisa, sem alternativas de percentuais ou quaisquer condições ou vantagens que induzam o julgamento.

11.1.4.8- O prazo de validade das propostas de preços será de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação. Caso não conste o prazo na proposta, esta será considerada válida pelo referido período.

12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica, elaborada de acordo com as informações constantes do Briefing - Anexo XI deste Edital. A Proposta Técnica deverá ser estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos abaixo:

- Plano de Comunicação Publicitária
 - Raciocínio Básico
 - Estratégia de Comunicação Publicitária
 - Ideia Criativa
 - Estratégia de Mídia e Não Mídia
- Capacidade de Atendimento

- Repertório
- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

12.1.1 - A forma de apresentação da Proposta Técnica e seu conteúdo deverão obedecer ao especificado no Anexo XIII deste Edital.

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

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

12.1.3- A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da licitante para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido neste Edital ensejará a desclassificação da Proposta.

12.1.4- As Propostas Técnicas serão analisadas pela Subcomissão sendo as notas atribuídas devidamente justificadas, considerando-se os critérios estabelecidos no Anexo XII deste Edital.

13. DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1- A Proposta de Preços – Envelope nº 04, deverá estar vinculada ao objeto da presente licitação conforme item 4 deste Edital, observado o seguinte:

13.1.1- Relativamente à veiculação, os serviços publicitários de que trata este Edital serão remunerados considerando-se o desconto concedido pelos veículos sobre seus preços de tabela, de acordo com o item 2.5 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), incorporadas à legislação pertinente ao assunto, a saber:

13.1.2- Do valor global estimado de R\$ 126.000.000,00 (cento e vinte e seis milhões de reais) para esta licitação, a estimativa **de investimento em mídia** é de R\$ 100.800.031,24 (cem milhões oitocentos mil trinta e um reais e vinte e quatro centavos) conforme Anexo I. Com isso, a parcela do “Desconto de agência” (20%) a reverter para o Município do Rio de Janeiro será de **5 (cinco por cento)**, conforme a tabela do Anexo “B” das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

13.2- Fica desde já estabelecido que será de 100% (cem por cento) o valor percentual de desconto concedido sobre os custos dos serviços internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ), bem como que será de 1% (um por cento) o valor da remuneração sobre os honorários incidentes sobre os custos de serviços e suprimentos externos referentes

às peças publicitárias destinadas a veiculação em qualquer tipo de mídia, geradora de Desconto de Agência.

13.3- Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a, no mínimo, 3 (três) fornecedores especializados, aprovados previamente pelo Município do Rio de Janeiro, devidamente cadastrados nos termos do caput do art. 14 da Lei n.º 12.232/2010.

13.4- Sobre os serviços e suprimentos externos contratados para peças publicitárias que não serão veiculadas através de mídia tradicional (televisão, jornal, revista, rádio, etc.), ou qualquer outra que não proporcione **Desconto de Agência**, o Município do Rio de Janeiro pagará uma remuneração de **até 10% (com o mínimo de 5%)**, sobre o valor do serviço, nos termos do item 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

13.4.1- O percentual que irá cobrar sobre este serviço deverá ser definido na Proposta de Preços da licitante, conforme modelo constante do Anexo VIII do presente Edital e deverá ser ofertado com, no máximo, uma casa decimal.

13.4.1.1- Será considerada melhor classificada a agência que ofertar o menor percentual de Honorários.

13.5- A Proposta de Preços deverá ser redigida em português, impressa por processo eletrônico, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, em papel timbrado ou com carimbo padronizado da Licitante. Deverá ser datada e assinada na última folha, com o nome legível do signatário, responsável legal da Licitante. Deverá conter a denominação social, o endereço com CEP, telefone, e-mail e o número desta Concorrência.

13.6- No preço cotado pelas licitantes considerar-se-ão todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta Licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, incluindo sobreaviso e horas-extras, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe, tributos e contribuições parafiscais, custos de administração, bem como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

13.7 As Licitantes deverão apresentar, dentro do Envelope nº 04, duas vias da Proposta de Preços. Deverão constar na Proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do Anexo VIII, apresentado neste Edital.

13.8 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

13.9 O Município do Rio de Janeiro não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à Licitante considerar todos os custos diretos e indiretos, necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da Licitante, materiais,

equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

13.10 Para fins de formulação de sua proposta as Licitantes deverão pautar-se, desde já, assim como, considerar como futura obrigação contratual, o cumprimento dos princípios éticos de conduta profissional.

13.11 Serão desclassificadas as Propostas de Preços que não atenderem as condições previstas acima.

14. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

14.1 Os envelopes com as Propostas Técnicas (Envelopes nº 01 a 03) e as Propostas de Preços (Envelope nº 04) serão entregues à Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados no item 3 do presente Edital.

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

14.3 É vedada a participação, na sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

14.4 Os envelopes padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

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

14.5.1 É vedada a aposição no Envelope nº 03, referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do plano de comunicação publicitária, em momento anterior à abertura do envelope que contém sua via identificada (Envelope nº 02).

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

14.6.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto no subitem 14.6, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das Licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

14.6.2 Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

14.6.3 O Envelope nº 02 - Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada e o Envelope nº 04 - Proposta de Preços permanecerão lacrados em poder da Comissão Permanente de Licitação e deverão ser rubricados no fecho por seus membros e pelos Representantes Legais presentes.

14.7 Os envelopes abertos (nº 1 e nº 3) e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

14.8 A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Envelope nº 01) e do Conjunto de Informações (Envelope nº 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Edital, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou as estabelecidas neste Edital.

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

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

- a) Abertura do Envelope nº 02 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) Verificação da Pontuação Total obtida pelas agências, conforme critérios estabelecidos no item II do Anexo XII.

d) Elaboração de planilha com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se o resultado final do julgamento geral da Proposta Técnica.

e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

e.1) O resultado do julgamento geral da Proposta Técnica será publicado no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro, indicando as licitantes desclassificadas e as classificadas, em ordem decrescente de pontuação.

14.11 Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da data de sua publicação.

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

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

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

14.15 Na sessão de abertura dos Envelopes nº 04 – Propostas de Preços – as agências cujas Propostas Técnicas foram desclassificadas terão seus Envelopes nº 04 devolvidos fechados, mediante recibo específico a ser anexado ao processo, procedendo-se em seguida à abertura dos Envelopes nº 4 das agências classificadas.

14.16 Uma vez abertos os Envelopes nº 04 das agências classificadas, as Propostas de Preços e seus anexos serão rubricados pela Comissão Especial de Licitações e pelos representantes, legais ou credenciados, presentes e serão analisadas conforme as condições estabelecidas no item 13 deste Edital.

14.17 Após analisadas as propostas, será aberta a negociação que obedecerá ao seguinte procedimento:

a) Se quaisquer das licitantes classificadas nos três primeiros lugares na fase da proposta técnica não tiverem apresentado a proposta de menor preço, abre-se com todas elas, começando-se pela primeira colocada, a negociação, tendo como referência a proposta de menor preço entre as licitantes classificadas.

b) No caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com as demais licitantes, rigorosamente respeitada a ordem de classificação técnica, até a consecução de acordo para a contratação.

c) Serão consideradas vencedoras as três primeiras licitantes que, com as maiores notas técnicas aceitem as melhores condições de preço oferecidas, dentre todas as licitantes classificadas.

d) Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital e seus Anexos ou baseada nas ofertas das demais licitantes.

e) Em caso de divergência entre informações contidas em documentação impressa e na proposta específica, prevalecerão as da proposta.

f) Caso alguma (ou algumas) das três primeiras licitantes, classificadas segundo o critério técnico, também tiver (em) oferecido as melhores condições de preço, nenhuma negociação com ela (ou elas) será efetivada, ainda que haja empate na classificação das propostas técnicas, levando em conta a proposta técnica da classificada imediatamente a seguir.

g) Após o oferecimento do menor preço pelas licitantes melhores classificadas tecnicamente e uma vez aceitas as melhores condições de preço, estas licitantes emitirão proposta de preços revisada, obedecendo a esse novo valor, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis.

h) Caso não se viabilize a contratação das três licitantes melhores classificadas tecnicamente, o menor preço será ofertado às demais licitantes sucessivamente, na ordem de classificação técnica.

i) Em caso de empate técnico, será considerada vencedora a licitante que aceitar contratar pelo menor preço. Sendo o menor preço aceito por mais de uma das licitantes tecnicamente empatadas, decidir-se-á por sorteio.

j) O sorteio, caso necessário, será realizado em ato público, para o qual todas as licitantes classificadas serão convocadas.

14.18 Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas de Preços, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da data de sua publicação ou da lavratura da ata, quando presente todas as licitantes.

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

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

14.21 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão Permanente de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apresentação do Envelope nº 05 – Documentos de Habilitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nesse Edital.

15 HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 05

Os documentos de habilitação de cada licitante serão entregues à Comissão Permanente de Licitação no Envelope nº 05, em data, hora e local estabelecidos pela Comissão Permanente de Licitação.

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

MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022
ENVELOPE Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
RAZÃO SOCIAL, CNPJ, ENDEREÇO, TELEFONE E E-MAIL DA LICITANTE

15.1 As licitantes apresentarão no ENVELOPE **Nº 05** os documentos especificados a seguir:

- (A) Documentação relativa à habilitação jurídica;
- (B) Documentação relativa à qualificação econômico-financeira;
- (C) Documentação relativa à regularidade fiscal;
- (D) Documentação relativa à regularidade trabalhista;
- (E) Documentação relativa à qualificação técnica.

15.2- Não serão aceitos como documentação hábil a suprir exigências deste Edital pedidos de inscrição, protocolos, cartas ou qualquer outro documento que visem a substituir os exigidos, exceto nos casos admitidos pela legislação.

15.3- Se os Certificados, Declarações, Registros e Certidões não tiverem prazo de validade declarado no próprio documento, da mesma forma que não conste previsão em legislação específica, os referidos documentos deverão ter sido emitidos há, no máximo, 90 (noventa) dias, contados até a data da realização da licitação.

15.4 – Ficam excluídos da validade de 90 (noventa) dias os atestados técnicos, na forma do inciso I do §1º do artigo 30 da Lei Federal nº 8.666/93.

(A) – HABILITAÇÃO JURÍDICA

(A.1) Registro comercial, no caso de empresário individual;

(A.2) Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, com chancela digital na forma eletrônica ou tradicional, em se tratando de sociedades empresárias, acompanhado dos documentos de designação de seus administradores, caso designados em ato separado;

(A.3) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada da

prova da composição da diretoria em exercício.

(A.3.a) A sociedade simples que não adotar um dos tipos societários regulados no Código Civil deverá mencionar no respectivo ato constitutivo as pessoas naturais incumbidas de sua administração.

(A.4) A prova da investidura dos administradores da sociedade limitada eventualmente designados em ato separado do Contrato Social, mediante termo de posse no livro de atas da Administração e averbação no registro competente.

(A.5) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

(A.6) Na hipótese de existir alteração nos documentos citados acima posteriormente à constituição da sociedade, os referidos documentos deverão ser apresentados de forma consolidada, contendo todas as cláusulas em vigor.

(A.7) Declaração formal de que atende às disposições do artigo 9º, inciso III, da Lei nº 8.666/93 e do artigo 2º, parágrafo único, do Decreto Municipal nº 19.381/01, na forma do Anexo XV.

(B) – QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

(B.1) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devidamente registrados na Junta Comercial do Estado de sua sede ou domicílio ou em outro órgão equivalente, devendo apresentar:

(B.1.1) Índice de Liquidez Geral (ILG) igual ou maior que 1. Será considerado como Índice de Liquidez Geral o quociente da soma do Ativo Circulante com o Realizável a Longo Prazo pela soma do Passivo Circulante com o Passivo Não Circulante.

$$\text{ILG} = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

(B.1.2) Serão considerados e aceitos como na forma da lei os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis que contenham as seguintes exigências:

(B.1.2.1) Quando se tratar de sociedades anônimas, o balanço deverá ser apresentado em publicação no Diário Oficial do Estado de sua sede e jornais de grande circulação;

(B.1.2.2) Quando se tratar de outro tipo societário, o balanço patrimonial acompanhado dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário deverá ser devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente, contendo:

(B.1.2.2.1) Quando se tratar de sociedade constituída a menos de um ano, esta deverá apresentar apenas o balanço de abertura, o qual deverá conter a identificação legível e assinatura do responsável contábil da empresa, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade – CRC, bem como ser devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente.

(B.2) A licitante que não alcançar o índice acima exigido, conforme o caso, deverá comprovar que possui patrimônio líquido mínimo igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor estimado para a contratação. A comprovação será obrigatoriamente feita pelo balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei.

(B.3) Certidões negativas de falência, recuperação judicial e extrajudicial, ou de insolvência civil expedidas pelo Distribuidor da sede da licitante. Para as licitantes sediadas na Cidade do Rio de Janeiro, a prova será feita mediante apresentação de certidões dos 1º, 2º, 3º e 4º Ofícios de Registro de Distribuição e pelos 1º e 2º Ofícios de Interdições e Tutelas.

(B.3.1) As licitantes sediadas em outras comarcas do Estado do Rio de Janeiro ou em outros Estados deverão apresentar, juntamente com as certidões negativas exigidas, declaração passada pelo foro de sua sede, indicando quais os Cartórios ou Ofícios de Registros que controlam a distribuição de falências, recuperação judicial e extrajudicial, e insolvência civil.

(C) – REGULARIDADE FISCAL

(C.1) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ.

(C.2) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente à atividade empresarial objeto desta licitação.

(C.3) Prova de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal mediante a apresentação dos seguintes documentos:

(C.3.a) A prova de regularidade com a Fazenda Federal será efetuada por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais, inclusive contribuições sociais, e à Dívida Ativa da União, ou Certidão Conjunta Positiva com

efeito negativo, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil – RFB e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional –PGFN;

(C.3.b) A prova de regularidade com a Fazenda Estadual do domicílio da licitante será feita por meio da apresentação da certidão negativa ou positiva com efeito negativo do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços e certidão negativa ou positiva com efeito negativo da dívida ativa, ou, se for o caso, certidão comprobatória de que a licitante, pelo respectivo objeto, está isenta de inscrição estadual;

(C.3.c) A prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio da licitante será feita por meio da apresentação da certidão negativa ou positiva com efeito negativo do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza e certidão negativa ou positiva com efeito negativo da dívida ativa ou, se for o caso, certidão comprobatória de que a licitante, pelo respectivo objeto, está isenta de inscrição municipal;

(C.3.c.1) No caso de licitante domiciliada no Município do Rio de Janeiro, essa deverá apresentar, além dos documentos listados no item acima, certidão negativa ou positiva com efeito negativo do Imposto Predial e Territorial Urbano. Não sendo a licitante proprietária do imóvel onde localizada a sua sede, deverá apresentar declaração própria, atestando essa circunstância.

(C.4) No caso de licitante domiciliada em outro município, mas que possua filial ou escritório no Município do Rio de Janeiro, essa deverá apresentar, em relação à filial ou ao escritório, certidão negativa ou positiva com efeito negativo do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza e do Imposto sobre Propriedade Predial e Territorial Urbana e certidão negativa ou positiva com efeito negativo da dívida ativa ou, se for o caso, certidão comprobatória de que a licitante, pelo respectivo objeto, está isenta de inscrição municipal. Não sendo a licitante proprietária do imóvel onde localizada a sua filial ou escritório, deverá apresentar declaração própria atestando essa circunstância.

(C.5) Prova de Regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – CRF- FGTS.

(D) – DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À REGULARIDADE TRABALHISTA

(D.1) Certidão Negativa de Ilícitos Trabalhistas praticados em face de trabalhadores menores, emitida pelo Ministério do Trabalho e Emprego, ou Declaração firmada pela licitante, na forma do Anexo VI, de que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de que não emprega menor de dezesseis anos, salvo maiores de quatorze anos na condição de aprendiz, sob as penas da lei, consoante o disposto no Decreto Municipal nº 23.445/03.

(D.2) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com efeito negativo.

(E) – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

E.1) Prova de registro ou inscrição da licitante em pelo menos uma das entidades profissionais competentes, a saber: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial; Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP; ou Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

E.2) Cópia autenticada do Certificado de Qualidade Técnica expedido pelo CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/10.

(E.3) Prova de aptidão da empresa licitante para desempenho da atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação, por meio de Atestado(s) de Capacidade Técnica, expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a empresa prestado ou estar prestando serviços de comunicação, publicidade, marketing e pesquisas publicitárias, compatíveis em características, quantidades e prazos com o objeto da presente licitação.

(E.3.1) Considera-se em quantidades compatíveis, atestados que comprovem ter a licitante planejado e executado ações de publicidade dirigidas às populações de regiões metropolitanas ou a grandes segmentos da mesma, utilizando ao menos dois dos seguintes veículos de comunicação existentes no mercado de comunicação de massa: TV, Rádio, Revistas ou Jornais, digital.

(E.3.2) O(s) Atestado(s) deverá(ão) ser(em) fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado - no original ou em cópia reprográfica autenticada, ou cópia a ser autenticada por membro da Equipe de Apoio, à vista do original”.

(E.4) Os atestados recebidos estão sujeitos à verificação da Comissão de Licitação quanto à veracidade dos respectivos conteúdos, inclusive para os efeitos previstos nos artigos 90, 101 e 102, da Lei Federal nº 8.666/93.

(E.5) Declaração de cumprimento das Normas de Saúde e Segurança do Trabalho, na forma do Anexo IV.

Os documentos exigidos no ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO poderão ser apresentados no original ou em cópia reprográfica autenticada em ambos os lados, frente e verso, se este último contiver notações ou outras informações relevantes, rubricados pelo representante legal da licitante, em qualquer caso, e acompanhados das respectivas certidões de publicação no órgão

da imprensa oficial, quando for o caso. As folhas da documentação serão numeradas em ordem crescente e não poderão conter rasuras ou entrelinhas. Na hipótese de falta de numeração, numeração equivocada ou ainda inexistência de rubrica do representante legal nas folhas de documentação, poderá a Comissão solicitar ao representante da empresa, devidamente identificado e que tenha poderes para tanto, que, durante a sessão de abertura do envelope nº 5, sane a incorreção. Somente a falta de representante legal ou a recusa do mesmo em atender ao solicitado é causa suficiente para inabilitação da licitante.

15.5- As solicitações de autenticação dirigidas a servidor integrante da Comissão de Licitação deverão ser requeridas antes do início da sessão de abertura da licitação, preferencialmente com antecedência mínima de 1 (um) dia útil da data marcada para abertura da sessão de licitação.

15.6- A cópia autenticada do cartão de inscrição ou do Certificado do Registro e Qualificação de Fornecedores/Prestador de Serviços – CRQF/PS para prestação de serviços em geral emitido pela Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento – Subsecretaria de Gente e Gestão Compartilhada, quando for o caso, atualizado e vigente na data da licitação, supre a apresentação dos documentos exigidos nas alíneas (A.1), (A.2), (A.3) e (A.4) (habilitação jurídica) e (C.1) e (C.2) (regularidade fiscal) do item 15, devendo a parte declarar, na forma do Anexo VII, sob as penalidades cabíveis, a inexistência de fato impeditivo da habilitação e apresentar o restante da documentação prevista no referido item do Edital.

15.7- A licitante que possuir documentos vencidos em seu cadastro fica dispensada da apresentação da declaração de inexistência de fato superveniente (Anexo VII), devendo apresentar no ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO os referidos documentos com nova validade.

15.8- Se os Certificados, Declarações, Registros e Certidões não tiverem prazo de validade declarado no próprio documento, da mesma forma que não conste previsão em legislação específica, os referidos documentos deverão ter sido emitidos há, no máximo, 90 (noventa) dias, contados até a data da realização da licitação.

15.9- Não serão admitidas, sob quaisquer motivos, modificações ou substituições de quaisquer documentos, uma vez entregues os Envelopes n.º 5.

15.10- Os licitantes arcarão com todos os custos relativos à apresentação das suas propostas. O Município, em nenhuma hipótese, será responsável por tais custos, quaisquer que sejam os procedimentos seguidos na concorrência ou os seus resultados.

15.11 - O Município do Rio de Janeiro, a seu exclusivo critério, poderá a qualquer momento, solicitar às licitantes informações e esclarecimentos acerca dos documentos de habilitação apresentados, fixando, para isso, o prazo improrrogável de

3 (três) dias úteis. O não atendimento ao estabelecido neste subitem implicará na inabilitação da licitante faltosa.

15.12 - A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação, de acordo com a ordem de classificação das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços.

15.12.1- Uma vez julgada habilitada as licitantes classificadas nos 03 primeiros lugares na fase anterior, por terem atendido integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, os envelopes de habilitação das demais licitantes serão devolvidos quando contra a referida decisão de habilitação não caiba mais nenhum recurso administrativo.

15.12.2- Caso uma das licitantes classificadas nos 03 (três) primeiros lugares sejam consideradas inabilitadas, serão abertos, em sessão pública previamente convocada, os demais envelopes de habilitação, respeitada a ordem de classificação, conforme exposto no item 14.10.e e 14.17.

15.13-O resultado da Habilitação constará de ata de julgamento e será publicado no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro, salvo se todas as licitantes estiverem presentes na sessão em que for adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta às interessadas e lavrada em ata, abrindo-se o prazo legal de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

15.14-Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento da habilitação, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará o procedimento para homologação e adjudicação do resultado.

16 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

16.1- Os pagamentos deverão ser efetuados após a regular liquidação da despesa, nos termos do art. 63 da Lei Federal nº 4.320/64, observado o disposto no art. 73 da Lei Federal nº 8.666/93. O prazo para pagamento será de 30 (trinta) dias, contados da data do protocolo do documento de cobrança na Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública e obedecido o disposto na legislação.

16.2 - Para fins de medição, se for o caso, e faturamento, o período-base de medição do serviço prestado será de um mês, considerando-se o mês civil, podendo no primeiro mês e no último, para fins de acerto de contas, o período se constituir em fração do mês, considerado para esse fim o mês com 30 (trinta) dias.

16.3- O pagamento à CONTRATADA será realizado em razão dos serviços efetivamente prestados e aceitos no período-base mencionado no item anterior sem que a Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública esteja obrigada a pagar o valor total do Contrato.

16.4- A CONTRATADA deverá apresentar juntamente com o documento de

cobrança, os comprovantes de recolhimento do FGTS e INSS de todos os empregados atuantes no contrato, assim como Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com efeito negativo válida, declaração de regularidade trabalhista, na forma do Anexo IX.

16.5- O valor dos pagamentos eventualmente efetuados com atraso, desde que não decorra de fato ou ato imputável à CONTRATADA, sofrerá a incidência de juros de acordo com a variação da Taxa Selic, pro rata die entre o 31º (trigésimo primeiro) dia da data do protocolo do documento de cobrança na Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública e a data do efetivo pagamento limitado ao percentual de 12% (doze por cento) ao ano.

16.6- O valor dos pagamentos eventualmente antecipados será descontado à taxa de 1% (um por cento) ao mês, calculada *pro rata die*, entre o dia do pagamento e o 30º (trigésimo) dia da data do protocolo do documento de cobrança na Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública.

16.7- O pagamento será efetuado à CONTRATADA através de crédito em conta corrente aberta em banco a ser indicado pelo CONTRATANTE, a qual deverá ser cadastrada junto à Coordenação do Tesouro Municipal.

17- GARANTIA

17.1 - A ADJUDICATÁRIA prestará garantia de 2% (dois por cento) do valor total do Contrato, até o momento de sua assinatura, em uma das modalidades previstas no art. 56, § 1º, da Lei Federal nº 8.666/93.

17.2- No caso de seguro-garantia, o instrumento deverá contemplar a possibilidade de sua renovação no período compreendido entre a data de assinatura do Contrato e a data de encerramento da sua execução e incluir a cobertura dos valores relativos a multas eventualmente aplicadas.

17.3- No caso de fiança bancária, deverá ser observado o padrão estabelecido pelo Decreto Municipal nº 26.244/06.

17.4- A Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública utilizará a garantia para assegurar as obrigações associadas ao Contrato, podendo recorrer a esta inclusive para cobrar valores de multas eventualmente aplicadas e ressarcir-se dos prejuízos que lhe forem causados em virtude do descumprimento das referidas obrigações.

17.5- Os valores das multas impostas por descumprimento das obrigações assumidas no Contrato serão descontados da garantia caso não venham a ser quitados no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da ciência da aplicação da

penalidade. Se a multa aplicada for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a CONTRATADA pela diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

17.6- Em caso de rescisão decorrente de falta imputável à CONTRATADA, a garantia reverterá integralmente ao CONTRATANTE, que promoverá a cobrança de eventual diferença que venha a ser apurada entre o importe da garantia prestada e o débito verificado.

17.7- Na hipótese de descontos da garantia a qualquer título, seu valor original deverá ser integralmente recomposto no prazo de 7 (sete) dias úteis, exceto no caso da cobrança de valores de multas aplicadas, em que esse será de 48 (quarenta e oito) horas, sempre contados da utilização ou da notificação pela Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, o que ocorrer por último, sob pena de rescisão administrativa do Contrato.

17.8- Caso o valor do Contrato seja alterado, de acordo com o art. 65 da Lei Federal nº 8.666/93, a CONTRATADA deverá complementar o valor da garantia para que seja mantido o percentual de 2% (dois por cento) do valor do Contrato.

17.9- Sempre que houver reajuste ou alteração do valor do Contrato, a garantia será complementada no prazo de 7 (sete) dias úteis do recebimento, pela CONTRATADA, do correspondente aviso, sob pena de aplicação das sanções previstas no RGCAF.

17.10 Os reforços do valor da garantia poderão ser igualmente prestados em uma das modalidades previstas no art. 56, § 1º, da Lei Federal nº 8.666/93.

17.11- A garantia contratual somente será restituída após o integral cumprimento do Contrato, mediante ato liberatório da autoridade contratante, nos termos do artigo 465, do RGCAF, podendo ser retida, se necessário, para quitar eventuais obrigações da CONTRATADA.

18- CONTRATO

18.1- Integra o presente Edital, sob a forma de Anexo III, a minuta do Contrato cujas disposições disciplinarão as relações entre a Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública e a ADJUDICATÁRIA.

18.2- A Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública convocará a ADJUDICATÁRIA para a assinatura do respectivo Contrato, com uma antecedência mínima de 5 (cinco) dias úteis e neste ato cumprir o determinado no artigo 7º do Decreto 49.415/2021.

18.3- Havendo recusa em assinar o Contrato, é facultado a Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, independentemente da aplicação das sanções administrativas à ADJUDICATÁRIA, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas condições propostas pelo primeiro classificado.

18.4- A CONTRATADA será responsável, na forma do Contrato, pela qualidade dos serviços prestados e dos materiais empregados, em conformidade com as especificações deste edital, com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, e demais normas técnicas pertinentes, a ser atestada pela Coordenadoria Técnica de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP. A ocorrência de desconformidade implicará o refazimento do serviço e a substituição dos materiais recusados, por não atender às especificações contidas no presente Edital e seus anexos, sem ônus para a Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública e sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis.

18.5- A CONTRATADA será também responsável, na forma do Contrato, por todos os ônus, encargos e obrigações comerciais, tributárias, previdenciárias e trabalhistas, por todas as despesas decorrentes de eventuais trabalhos noturnos, e por todos os danos e prejuízos que, a qualquer título, causar a terceiros, em especial, mas não limitado, aos concessionários de serviços públicos, em virtude da execução dos serviços a seu encargo, respondendo por si, seus empregados, prepostos e sucessores.

18.6- No momento da assinatura do Contrato, a ADJUDICATÁRIA deverá apresentar, quando couber, relação nominal de seus empregados, com a devida documentação comprobatória, demonstrando cumprir o disposto nas políticas de inclusão estabelecidas na legislação em vigor.

18.7- O ato do recebimento do objeto da licitação não implica na sua aceitação definitiva e não eximirá a licitante de sua responsabilidade no que concerne à qualidade do serviço prestado.

18.8- A Fiscalização da execução do objeto contratado caberá à Coordenadoria Técnica de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP.

19. ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO

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

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

19.3 Os recebimentos provisório e definitivo serão realizados na forma do artigo 73, inciso I da Lei nº 8.666/93 e respectivas alterações, observadas as demais condições previstas neste Edital, para o recebimento do objeto.

19.4 O ato do recebimento do objeto da licitação não implica na sua aceitação definitiva e não eximirá os licitantes de sua responsabilidade no que concerne à qualidade do serviço prestado.

19.5 A Fiscalização da execução dos serviços caberá à comissão designada por ato da Coordenadoria Técnica de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP. As Adjudicatárias se submeterão a todas as medidas, processos e procedimentos da Fiscalização. Os atos de fiscalização, inclusive inspeções e testes, executados pela Coordenadoria Técnica de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP, não eximem as Adjudicatárias de suas obrigações no que se refere ao cumprimento das normas e especificações, nem de qualquer de suas responsabilidades legais e contratuais.

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

19.7 O GESTOR DO CONTRATO será o ocupante do cargo de **Coordenador Especial de Comunicação Institucional do MUNICÍPIO**, que terá poderes, entre outros, para notificar as agências contratadas sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser verificadas na execução do Contrato.

19.8 A Fiscalização da execução dos serviços caberá à comissão designada por ato da Coordenadoria Técnica de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP. Incumbe à Fiscalização a prática de todos os atos que lhe são próprios nos termos da legislação em vigor, respeitados o contraditório e a ampla defesa.

19.9 Além das atribuições previstas no Contrato e na legislação aplicável, caberá a comissão verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos às Contratadas.

19.10 Caberá, ainda, a comissão, a prática de todos os atos necessários à verificação da execução dos serviços, especialmente no que se refere a: (i) controle das inserções de veiculações; (ii) exigência de comprovação de execução de serviços subcontratados; (iii) verificação da validade das 3 (três) propostas apresentadas como condição para subcontratação de serviços; (iv) verificação de adequação dos preços subcontratados em relação aos de mercado; (v) cumprimento de cláusulas contratuais

relativas aos percentuais devidos à agência e às condições da subcontratação.

19.11 Para fins de fiscalização dos serviços, é facultado ao MUNICÍPIO a contratação de auditoria independente com a finalidade de aferir a efetiva execução dos serviços subcontratados, como, por exemplo, o número de veiculações, de tiragens, etc.

19.12 A fiscalização pelo MUNICÍPIO em nada restringe a responsabilidade única, integral e exclusiva, das agências contratadas pela perfeita execução dos serviços.

19.13 As Contratadas somente poderão executar qualquer tipo de serviço após a aprovação, por escrito, pelo GESTOR DO CONTRATO.

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

19.15 As agências contratadas adotarão as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

19.16 A aprovação dos serviços executados pelas agências contratadas ou por terceiros por ela subcontratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

19.17 A ausência de comunicação por parte do MUNICÍPIO, referente à irregularidade ou falhas, não eximem as agências contratadas das responsabilidades previstas no Contrato.

19.18 As agências contratadas permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

19.19 As agências contratadas se obrigam a permitir que a auditoria interna do MUNICÍPIO tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao MUNICÍPIO.

19.20 Ao MUNICÍPIO é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do Contrato, juntamente com representante credenciado pela agência contratada.

20. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

20.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao Município do Rio de Janeiro para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada Declaração, sob as penas

do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: Razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação.

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

20.1.1.1 É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 20.1.1 acima.

20.2 A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 20.1.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

20.3 Sob pena de aplicação das sanções previstas no caput do artigo 87 da Lei 8.666/93, a agência de propaganda não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 20.1.1.1 aos interesses do Município do Rio de Janeiro, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

20.4 O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993.

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

20.6 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente inscritas no cadastro de fornecedores/prestadores de serviço do Município do Rio de Janeiro poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, previstas nos itens 4.1.1 e 4.1.2 deste Edital.

20.7 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela Contratada ao Município do Rio de Janeiro de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

20.7.1 No caso do item acima, a Contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do Município do Rio de Janeiro, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

20.7.1.1 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem acima.

21. RESPONSABILIDADES GERAIS

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

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

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

21.4 A Contratada será obrigada a apresentar, sempre que solicitado, as seguintes comprovações:

21.4.1 Certidão Negativa de Débito junto ao INSS (CND);

21.4.2 Certidão Negativa de Débito e Tributos e Contribuições Federais e o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF);

22. OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

22.1 Constituem obrigações das agências contratadas, além das demais previstas na Minuta de Contrato ou dele decorrentes:

22.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

22.1.2 Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto do Contrato a ser assinado, de acordo com as especificações estipuladas pelo Município do Rio de

Janeiro.

22.1.3 Centralizar o comando da publicidade do Município do Rio de Janeiro, onde, para esse fim, manterá sede, sucursal, escritório ou filial. A seu critério, as agências contratadas poderão utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados e/ou Municípios para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

22.1.3.1 As agências contratadas deverão comprovar, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data da assinatura do instrumento contratual, que possuem, na cidade do Rio de Janeiro, estabelecimento empresarial (sede, sucursal, escritório ou filial), devidamente regularizado, dotado de estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Município do Rio de Janeiro, podendo tal prazo ser justificadamente prorrogado para até 120 (cento e vinte) dias, a pedido da contratada.

22.1.4 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto do Contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo Município do Rio de Janeiro.

22.1.5 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 24.8.1 e 24.8.2 deste instrumento, no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Município do Rio de Janeiro.

22.1.6 Com base legal no artigo 14 §1º e §2º da Lei 12.232/2010, fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as disposições a seguir:

22.1.6.1 Devem ser apresentadas, no mínimo, três propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

22.1.6.2 As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens e serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor do contrato.

22.1.6.3 Juntamente com as propostas deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.

22.1.6.4 Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

22.1.6.5 O Município do Rio de Janeiro procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.

22.1.7 Obter aprovação prévia do Município do Rio de Janeiro, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o Contrato.

22.1.8 Submeter a subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto do Contrato, à prévia e expressa anuência do Município do Rio de Janeiro, observando-se as condições previstas nos itens 5.1.5 e 5.1.9.

22.1.8.1 Nos casos de subcontratação de terceiros, a agência contratada permanecerá responsável por todas as obrigações contratuais assumidas perante o Município do Rio de Janeiro.

22.1.8.2 A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a agência contratada ou seus sócios, dirigentes e empregados tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicação, ao Município do Rio de Janeiro, sobre a existência desse vínculo e a obtenção de sua aprovação.

22.1.9 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do Município do Rio de Janeiro, sem ônus para MUNICÍPIO:

22.1.9.1 - TV e Cinema: uma cópia em pen drive e um arquivo em MPEG ou mp4;

22.1.9.2 - Internet: uma cópia em pen drive, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

22.1.9.3 - Rádio: uma cópia em pen drive, com arquivo áudio e mp3;

22.1.9.4 - Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em pen drive, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

22.1.9.5 - Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo pen drive,

22.1.10 - Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo Município do Rio de Janeiro.

22.1.10.1 A reprodução de peças gráficas estará condicionada à aprovação, por parte do Município do Rio de Janeiro, das artes finais, provas de impressão e quantidade/tiragem de material a ser utilizada na distribuição.

22.1.11 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições,

cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do Município do Rio de Janeiro, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da agência contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não tenham sido causadas pela própria contratada ou por terceiros por ela contratados.

22.1.12 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do Contrato, que envolva o nome do Município do Rio de Janeiro, mediante sua prévia e expressa autorização.

22.1.13 Prestar esclarecimentos ao Município do Rio de Janeiro sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

22.1.14 Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

22.1.15 Manter, durante a execução do Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Licitação que deu origem ao Contrato.

22.1.16 Cumprir toda a legislação federal, estadual e municipal pertinente e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

22.1.17 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros por ela contratados.

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

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

22.1.20 Apresentar, quando solicitado pelo Município do Rio de Janeiro, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

22.1.21 Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, por ela firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos advindos desses contratos perante terceiros e o próprio Município do Rio de Janeiro.

22.1.22 Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Município do Rio de Janeiro.

22.1.23 A infração ao dispositivo citado no subitem anterior implicará a rescisão imediata do Contrato e sujeitará a agência contratada às sanções previstas na legislação aplicável, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

22.1.24 Responder perante o Município do Rio de Janeiro e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, da condução dos serviços de sua responsabilidade, da veiculação de publicidade ou de quaisquer serviços objeto do Contrato.

22.1.25 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Município do Rio de Janeiro.

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

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

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

22.1.29 Assegurar a participação do Município do Rio de Janeiro em todas as negociações mantidas pelas agências com veículos de comunicação e com os respectivos fornecedores.

23. OBRIGAÇÕES DO MUNICÍPIO

23.1 Comunicar, por escrito, às agências contratadas, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis.

23.2 Fornecer e colocar à disposição das agências contratadas todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

23.3 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

23.4 Notificar, formal e tempestivamente, as Contratadas sobre as irregularidades

observadas no cumprimento do Contrato.

23.5 Notificar as Contratadas, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

23.6 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com as Contratadas.

24. DIREITOS AUTORAIS

24.1 É obrigação das agências contratadas, além das indicadas no item 22 deste Edital:

24.1.1 Ceder ao Município do Rio de Janeiro, total e definitivamente, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.

24.1.2 Enviar, ao término do contrato, um storage, com o dobro da capacidade do que vai ser usado, ao Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro os originais de todo o material bruto produzido pela empresa contratada, conforme Lei Municipal nº 3.404/2002 e do Decreto 22.615/2003.

24.1.3 Entregar as imagens estáticas e as imagens em movimento, em Alta Resolução, do material bruto e editado, identificado com data, local, evento e pessoas.

24.1.4 Apagar o conteúdo dos seus HDs e assinar o Termo de Uso de Imagem ao término do contrato, confirmando o Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro como único repositório legal do acervo e responsável por sua preservação, acesso e reprodução.

24.1.5 Condicionar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pelo Município do Rio de Janeiro e utilizar os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

24.2 Solicitar 02 (dois) orçamentos para a execução dos serviços, cuja contratação envolvam direitos de terceiros – direitos de autor e conexos e direito de uso de obras consagradas, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão por 5 (cinco) anos de tais direitos, para que o Município do Rio de Janeiro escolha uma das opções.

24.3 Quando o Município do Rio de Janeiro optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

24.3.1 Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial

de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

24.3.2 Estabeleçam que o Município do Rio de Janeiro poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

24.4 Dar ciência das condições constantes do Contrato a ser firmado e das demais disposições do Edital de Concorrência às empresas que venham a ser subcontratadas.

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

24.6 Fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

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

24.7.1 Ao Município do Rio de Janeiro será entregue cópia, em PENDRIVE, de todo o material produzido.

24.7.2 A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao Município do Rio de Janeiro, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que caiba ao Município do Rio de Janeiro qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

24.7.3 Qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

24.8 Negociar sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Município do Rio de Janeiro.

24.8.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo a ser pago pelo Município aos detentores de direitos patrimoniais de uso e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos será de 70% (setenta por cento) do valor originalmente cobrado. Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

24.8.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo Município aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 70% (setenta por cento). Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

25 - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

25.1- A recusa da ADJUDICATÁRIA em assinar o termo de contrato dentro do prazo estabelecido caracteriza o descumprimento total das obrigações assumidas, independentemente do disposto no item 18.3 sujeitando-a as penalidades previstas no item 25.2.

25.2- Pelo descumprimento total ou parcial do Contrato, a Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública poderá, sem prejuízo responsabilidade civil e criminal que couber, aplicar as seguintes sanções, previstas nos artigos 87 da Lei Federal nº 8.666/93 e art. 589 do RGCAF:

(a) Advertência;

(b) Multa de mora de até 1% (um por cento) por dia útil sobre o valor do Contrato ou do saldo não atendido do Contrato;

(c) Multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor do Contrato ou do saldo não atendido do Contrato, conforme o caso, e, respectivamente, nas hipóteses de descumprimento total ou parcial da obrigação, inclusive nos casos de rescisão por culpa da CONTRATADA;

(d) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos;

(e) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

25.3- As sanções somente serão aplicadas após o decurso do prazo para apresentação de defesa prévia do interessado no respectivo processo, nos casos das alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do item 25.2, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, e no caso da alínea “e” do item 25.2, no prazo de 10 (dez) dias úteis.

25.4- As sanções previstas nas alíneas “a”, “d” e “e” do item 25.2 poderão ser aplicadas juntamente com aquelas previstas nas alíneas “b” e “c” do item 25.2, e não excluem a possibilidade de rescisão unilateral do Contrato.

25.5- A sanção prevista na alínea “e” do item 25.2 poderá também ser aplicada às licitantes que, em outras licitações e/ou contratações com a Administração Pública Direta ou Indireta de qualquer nível federativo, tenham:

- (a) sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraudes fiscais no recolhimento de quaisquer tributos;
- (b) praticado atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;
- (c) demonstrado não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública, em virtude de outros atos ilícitos praticados.

25.6- As multas previstas nas alíneas “b” e “c” do item 25.2 não possuem caráter compensatório, e, assim, o pagamento delas não eximirá a CONTRATADA de responsabilidade pelas perdas e danos decorrentes das infrações cometidas.

25.7- As multas aplicadas poderão ser compensadas com valores devidos à CONTRATADA mediante requerimento expresso nesse sentido.

25.8- Ressalvada a hipótese de existir requerimento de compensação devidamente formalizado, nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA antes da comprovação do recolhimento da multa ou da prova de sua relevação por ato da Administração, bem como antes da recomposição do valor original da garantia, que tenha sido descontado em virtude de multa imposta, salvo decisão fundamentada da autoridade competente que autorize o prosseguimento do processo de pagamento.

26 - RECURSOS

26.1- Dos atos da Administração decorrentes desta licitação e da legislação aplicável cabem:

26.1.1- Recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) Habilitação ou inabilitação das licitantes;
- b) Julgamento das propostas;
- c) Anulação ou revogação da licitação;
- d) Indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
- e) Rescisão do Contrato, a que se refere o inciso I do art. 79 da Lei Federal nº 8.666/93;
- f) Aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

26.1.2- Representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do Contrato, de que não caiba recurso

hierárquico.

26.1.3- Pedido de Reconsideração, de decisão de Secretário Municipal, na hipótese do art. 87, § 3º, da Lei Federal nº 8.666/93, no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimação do ato.

26.2- A intimação dos atos referidos nas alíneas “a”, “b”, “c” e “e” do item 26.1.1, será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para os casos previstos nas alíneas “a” e “b”, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

26.3- O recurso previsto nas alíneas “a” e “b” do item 26.1.1 terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente, e presentes razões de interesse público, atribuir eficácia suspensiva aos demais recursos.

26.4- Interposto, o recurso será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

26.5- O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, dar-lhe seguimento, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

26.6- Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada ao interessado.

26.7- Os recursos relativos às sanções administrativas estão previstos na minuta de Contrato (Anexo III).

27 - FORO

27.1- Fica eleito o Foro Central da Comarca da Capital do Estado do Rio de Janeiro para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente Edital, renunciando as partes desde já a qualquer outro, por mais especial ou privilegiado que seja.

28 - DISPOSIÇÕES FINAIS

28.1- Ficam as licitantes sujeitas às sanções administrativas, cíveis e penais cabíveis caso apresentem, na licitação, qualquer declaração falsa ou que não corresponda à realidade dos fatos.

28.2- Na contagem dos prazos, é excluído o dia de início e incluído o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, salvo disposição em contrário. Os prazos somente se iniciam e vencem em dias de expediente na Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública.

28.3- As referências de horário correspondem ao horário oficial de Brasília – DF.

28.4- Fazem parte integrante deste Edital:

Anexo I	Cronograma de Desembolso
Anexo II	Estimativa de Cronograma de Desembolso
Anexo III	Minuta de Contrato
Anexo I-A do Anexo III – Minuta de Contrato	Atendimento Decreto 43.562/2017
Anexo I-B do Anexo III – Minuta de Contrato	Atendimento Decreto 43.562/2017
Anexo IV	Normas de Saúde e Segurança do Trabalho
Anexo V	Carta de credenciamento
Anexo VI	Declaração ref. ao Decreto Municipal nº 23.445/03
Anexo VII	Declaração de inexistência de fato superveniente
Anexo VIII	Modelo de proposta
Anexo IX	Declaração de regularidade trabalhista
Anexo X	Critério de seleção interna do art. 2º, § 4º, da lei n.º 12.232/10
Anexo XI	Briefing
Anexo XII	Do processamento e julgamento das propostas técnicas
Anexo XIII	Forma de apresentação e conteúdo da proposta técnica
Anexo XIV	Modelo de solicitação do envelope nº 01
Anexo XV	Declaração ref. ao artigo 9º, inciso III, da Lei nº 8.666/93 e artigo 2º, parágrafo único, do Decreto Municipal nº 19.381/01

28.5- Este Edital contém 90 (noventa) folhas rubricadas e numericamente ordenadas.

Rio de Janeiro, 31 de março de 2022.

CARLA SILVA JULIÃO
Presidente da Comissão Especial de Licitação

ANEXO I CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

CRONOGRAMA DE INVESTIMENTO - 2022

Campanha/Meios	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
Campanha Interesse Público	Urbanismo Reviver Centro			Conservação Luz Maravilha	Saúde Clínicas da Família		Infraestrutura Comunidades			Meio Ambiente Fábrica de Árvores			
Campanhas Estratégicas		Plano de Retomada				Cultura/Equipamen tos Culturais		Educação			Saúde		
MEIOS													
Televisão Aberta	4.483.885,60	4.221.818,15	3.897.062,90	4.957.001,63	5.476.872,72	5.799.200,75	4.967.756,66	5.428.051,90	5.010.509,45	4.438.705,60	3.798.544,09	4.642.664,99	57.122.074,44
Televisão a Cabo	207.880,00	387.524,80	357.715,20	144.750,00	251.770,00	662.340,00	196.990,00	529.368,00	415.932,00	167.300,00	407.601,60	441.568,40	4.170.740,00
Rádio	688.315,00	860.795,00	794.580,00	702.990,00	702.990,00	823.150,00	702.883,00	920.911,60	723.573,40	695.570,00	789.352,80	855.132,20	9.260.243,00
Revista	318.000,00	330.720,00	305.280,00	318.000,00	318.000,00	318.000,00	318.000,00	356.160,00	279.840,00	318.000,00	305.280,00	330.720,00	3.816.000,00
Jornal	1.151.493,00	1.698.302,10	1.389.519,90	1.151.493,00	1.151.493,00	1.512.165,00	1.151.493,00	1.296.885,24	1.482.154,56	1.151.493,00	1.482.154,56	1.605.667,44	16.224.313,80
Digital / Internet	766.550,00	947.154,00	874.296,00	766.550,00	766.550,00	909.560,00	766.550,00	1.020.012,00	801.438,00	766.550,00	874.296,00	947.154,00	10.206.660,00
Total Mídia	7.616.123,60	8.446.314,05	7.618.454,00	8.040.784,63	8.667.675,72	10.024.415,75	8.103.672,66	9.551.388,74	8.713.447,41	7.537.618,60	7.657.229,05	8.822.907,03	100.800.031,24
Total Produção	1.904.030,90	2.111.578,51	1.904.613,50	2.010.196,16	2.166.918,93	2.506.103,94	2.025.918,17	2.387.847,19	2.178.322,80	1.884.404,65	1.914.307,26	2.205.726,76	25.199.968,76
Total Geral	9.520.154,50	10.557.892,56	9.523.067,51	10.050.980,79	10.834.594,65	12.530.519,69	10.129.590,83	11.939.235,93	10.891.770,21	9.422.023,25	9.571.536,31	11.028.633,79	126.000.000,00

Campanhas	Mídia R\$	Produção R\$	Total R\$
Campanha Estratégica	60.834.156,03	15.208.499,96	76.042.655,99
Campanha Interesse Público	39.965.875,21	9.991.468,80	49.957.344,01
Total Mídia	100.800.031,24		
Total Produção		25.199.968,76	
Total Geral	100.800.031,24	25.199.968,76	126.000.000,00

ANEXO II

ESTIMATIVA DE CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

AGENCIA 1	R\$ 42.000.000,00
AGÊNCIA 2	R\$ 42.000.000,00
AGÊNCIA 3	R\$ 42.000.000,00
TOTAL GERAL	R\$ 126.000.000,00

**ANEXO III
MINUTA DE CONTRATO**

TERMO DE CONTRATO CELEBRADO ENTRE O MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO, POR MEIO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO E INTEGRIDADE PÚBLICA, COMO CONTRATANTE, E A _____, COMO CONTRATADA, PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS NA FORMA ABAIXO.

Aos dias _____ do mês de _____ do ano de _____, na Rua Afonso Cavalcanti, 13º andar, sala 1338 – Cidade Nova - RJ, o MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO, por _____ meio da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, a seguir denominada CONTRATANTE, representado pelo Srº _____, Coordenador Técnico de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP, e a sociedade _____, estabelecida na _____ [endereço da sociedade adjudicatária], inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ sob o nº _____, a seguir denominada CONTRATADA, neste ato representada por _____ [representante da sociedade adjudicatária] têm justo e acordado o presente Contrato, que é celebrado em decorrência do resultado da CONCORRÊNCIA CO - GI Nº 01/2022, realizada por meio do processo administrativo nº 10/000.457/2022, que se regerá pelas seguintes cláusulas e condições.

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

O presente Contrato se rege por toda a legislação aplicável à espécie, que desde já se entende como integrante do presente termo, especialmente pela Lei Federal nº 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelas normas de caráter geral da Lei Federal nº 8.666/93, pela Lei Complementar Federal nº 123/06 – Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, pela Lei Complementar Federal nº 101/00 – Lei de Responsabilidade Fiscal, pelo Código de Defesa do Consumidor, instituído pela Lei Federal nº 8.078/90 e suas alterações, pelo Código de Administração Financeira e Contabilidade Pública do Município do Rio de Janeiro – CAF, instituído pela Lei nº 207/80, e suas alterações, ratificadas pela Lei Complementar nº 1/90, pelo Regulamento Geral do Código supracitado –

RGCAF, aprovado pelo Decreto Municipal nº 3.221/81, e suas alterações, pela Lei Complementar Municipal nº 111/11 – Plano Diretor e de Desenvolvimento Urbano Sustentável do Município do Rio de Janeiro, pela Lei Municipal nº 2.816/99, e pelos Decretos Municipais nº 17.907/99, 18.835/00, 21.083/02, 21.253/02, 22.136/02, 27.715/07, 31.349/09, 40.285/15, 40.286/15, 43.612/2017, 46.264/19 e Decreto Federal nº 57.690, com suas alterações posteriores, bem como pelos preceitos de Direito Público, pelas Normas Padrão do Conselho Executivo de Normas-Padrão – CNEP, pelas regras constantes do Edital e de seus Anexos, pela Proposta da CONTRATADA e pelas disposições deste Contrato. A CONTRATADA declara conhecer todas essas normas e concorda em se sujeitar às suas estipulações, sistema de penalidades e demais regras delas constantes, ainda que não expressamente transcritas neste instrumento, incondicional e irrestritamente.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

O objeto do presente Contrato é a prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do Município do Rio de Janeiro aos veículos e demais meios de divulgação para os órgãos e entidades da Administração direta e indireta do Poder Executivo Municipal.

Parágrafo Único – Os serviços serão executados com obediência rigorosa, fiel e integral de todas as exigências, normas, itens, elementos, condições gerais e especiais, contidos no processo administrativo nº 10/000.457/2022 no Edital de Concorrência CO – GI Nº 01/2022 e seus anexos, em detalhes e informações fornecidas pelo CONTRATANTE, bem como nas normas técnicas para a execução dos serviços.

CLÁUSULA TERCEIRA – VALOR

O valor total do presente Contrato é de R\$ _____
(_____reais), correspondendo a uma despesa mensal estimada de R\$ _____(_____reais).

CLÁUSULA QUARTA (Forma e Prazo de Pagamento e Remuneração) - O pagamento será creditado em conta bancária da CONTRATADA cadastrada junto ao Tesouro Municipal, conforme o disposto na Resolução SMF nº 2918, de 04.01.2017.

Parágrafo Primeiro - Para fins de efetivação dos pagamentos devidos à

CONTRATADA deverá ser rigorosamente observados os procedimentos estabelecidos no Contrato.

Parágrafo Segundo - A remuneração da CONTRATADA, pelos serviços prestados, será feita nos termos dos parágrafos abaixo, consoante os preços estabelecidos na Proposta de Preço, que se incorporará ao presente Contrato.

Parágrafo Terceiro - Os honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

Parágrafo Quatro - Os leiautes reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

Parágrafo Quinto - As Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de terceiros por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

Parágrafo Sexto - A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a ele tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao Contrato.

Parágrafo Sétimo - As formas de remuneração estabelecidas neste item poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do Contrato.

Parágrafo Oitavo - A CONTRATADA envidará esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros, garantindo a transferência ao CONTRATANTE de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

Parágrafo Nono - Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA e não lhe assistirá o direito de pleitear, durante a vigência do Contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou sob qualquer outro pretexto.

Parágrafo Décimo - Além da remuneração prevista no Contrato, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65, observado o disposto no Parágrafo Décimo Primeiro desta Cláusula.

Parágrafo Décimo Primeiro - Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, a CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE, parte do “desconto-padrão” de Agência a que faz jus, calculado sobre o valor definido para cada veiculação, conforme previsto nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, da seguinte forma: dos 20% (vinte por cento) do “desconto-padrão” concedidos

pelos veículos de comunicação, 5% (cinco por cento) serão repassados ao CONTRATANTE, ficando a CONTRATADA com os 15% (quinze por cento) restantes.

Parágrafo Décimo Segundo - Os pagamentos devidos à CONTRATADA serão efetuados após a regular liquidação da despesa, nos termos do art. 63 da Lei Federal n.º 4.320/64, obedecido o disposto no art. 73 da Lei Federal n.º 8.666/93.

a) O pagamento será efetuado à CONTRATADA mediante apresentação de Requerimento, Nota Fiscal, Fatura ou Duplicata, e também algum comprovante do material produzido e da veiculação da peça de propaganda, devidamente atestados pelo setor competente. O prazo para pagamento é de até 30 (trinta) dias, contados da data do protocolo do documento de cobrança, através de crédito em conta bancária do fornecedor cadastrado junto ao Tesouro Municipal, conforme o disposto na Resolução SMF n.º 1.497, de 13.07.94, publicada no D.O.RIO de 14.07.94.

b) O pagamento dos fornecedores será feito na forma do item 2.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, do Conselho Executivo das Normas-Padrão, de modo que o faturamento será emitido por estes contra o Município, aos cuidados da CONTRATADA, que incorporará o valor em sua própria nota fiscal e efetuará a cobrança, devendo CONTRATADA repassar ao fornecedor o valor líquido da operação, deduzida sua remuneração, no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, após o recebimento dos respectivos valores pagos pelo Município.

Parágrafo Décimo Terceiro - A CONTRATADA entregará, no protocolo do CONTRATANTE, no mínimo duas vias da Nota Fiscal/Fatura, bem como comprovante do material produzido e da veiculação da peça de propaganda, referente ao objeto do Contrato, fazendo constar, obrigatoriamente, identificação da Requisição de Serviço, nome e número do Banco, nome e número da agência e número da conta corrente, na seguinte forma:

a) Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preço dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até 30 (trinta) dias após a veiculação;

b) Produção: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após o mês de produção;

c) Outros serviços realizados por terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o CONTRATANTE e, quando for o caso, da declaração de isenção de impostos e contribuições.

Parágrafo Décimo Quarto - O CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por quaisquer terceiros, sejam ou não instituições

financeiras.

Parágrafo Décimo Quinto - Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e subcontratados.

Parágrafo Décimo Sexto - No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

- TV:

a) nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido por empresa terceirizada;

b) nas praças não cobertas por serviços de checagem:

b1) comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Lei 14.063/2020 (referente a Medida Provisória nº 2.200-02/01), ou

b2) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

b2.1) como alternativa à declaração prevista na alínea b2, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista na alínea b2, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b2;

b2.2) como alternativa ao procedimento previsto na alínea b2.1, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea b2, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea b2.

c) Será obrigatória a checagem no meio TV, a ser realizada por empresa independente, referente às inserções feitas nas praças e veículos cobertos pelo Monitor Ibope na data da publicação do EDITAL que deu origem à contratação.

d) A CONTRATADA poderá utilizar os serviços de outro fornecedor para realizar a checagem prevista na alínea anterior.

- CINEMA E RÁDIO:

a) comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Lei 14.063/2020 (referente a Medida Provisória nº 2.200-02/01); ou

b) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

b.1) como alternativa à declaração prevista na alínea b, a agência contratada pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista na alínea b, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b;

b.2) como alternativa ao procedimento previsto na alínea b.1, a agência contratada pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea b, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea b.

- MÍDIA EXTERIOR:

a - Mídia Out Of Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos por amostragem, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b - Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

c - Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela

empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

- INTERNET:

Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

- MÍDIA IMPRESSA: exemplares originais dos títulos.

Parágrafo Décimo Sétimo - Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados pela CONTRATADA, no prazo máximo de 3 (três) dias úteis após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo CONTRATANTE.

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

Parágrafo Décimo Nono - A CONTRATADA apresentará ao CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros, até o dia 10 (dez) do mês subsequente.

CLÁUSULA QUINTA – REAJUSTE

Somente ocorrerá reajustamento do Contrato decorrido o prazo de 24 (vinte e quatro) meses contados da data da sua assinatura.

Parágrafo Primeiro - Os preços serão reajustados de acordo com a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo Especial – IPCA-E – IPCA-E do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, calculado por meio da seguinte fórmula:

$$R = Po [(I-Io)/Io]$$

Onde:

R = valor do reajuste;

I = índice IPCA-E mensal relativo ao mês anterior ao de aniversário do Contrato;

Io = índice do IPCA-E mensal relativo ao mês anterior ao da apresentação da

Proposta; Po = preço unitário contratual, objeto do reajustamento.

Parágrafo Segundo – Caso o índice previsto neste Contrato seja extinto ou de alguma forma não possa mais ser aplicado, será adotado outro índice que reflita a perda do poder aquisitivo da moeda. Neste caso, a variação do índice deverá ser calculada por meio da fórmula consignada no parágrafo anterior.

CLÁUSULA SEXTA – FISCALIZAÇÃO

A CONTRATADA submeter-se-á a todas as medidas e procedimentos de Fiscalização. Os atos de fiscalização, inclusive inspeções e testes, executados pelo CONTRATANTE e/ou por seus prepostos, não eximem a CONTRATADA de suas obrigações no que se refere ao cumprimento das normas, especificações e projetos, nem de qualquer de suas responsabilidades legais e contratuais.

Parágrafo Primeiro – A Fiscalização da execução dos serviços caberá a comissão designada por ato da Coordenadoria Técnica de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP. Incumbe à Fiscalização a prática de todos os atos que lhe são próprios nos termos da legislação em vigor, respeitados o contraditório e a ampla defesa.

Parágrafo Segundo – A CONTRATADA declara, antecipadamente, aceitar todas as decisões, métodos e processos de inspeção, verificação e controle adotados pelo CONTRATANTE, se obrigando a fornecer os dados, elementos, explicações, esclarecimentos e comunicações de que este necessitar e que forem considerados necessários ao desempenho de suas atividades.

Parágrafo Terceiro – Compete à CONTRATADA fazer minucioso exame da execução dos serviços, de modo a permitir, a tempo e por escrito, apresentar à Fiscalização, para o devido esclarecimento, todas as divergências ou dúvidas porventura encontradas e que venham a impedir o bom desempenho do Contrato. O silêncio implica total aceitação das condições estabelecidas.

Parágrafo Quarto – A atuação fiscalizadora em nada restringirá a responsabilidade única, integral e exclusiva da CONTRATADA no que concerne aos serviços contratados, à sua execução e às consequências e implicações, próximas ou remotas, perante o CONTRATANTE, ou perante terceiros, do mesmo modo que a ocorrência de eventuais irregularidades na execução dos serviços contratados não implicará corresponsabilidade do CONTRATANTE ou de seus prepostos.

Parágrafo Quinto – A CONTRATADA se obriga a permitir que o pessoal da fiscalização do CONTRATANTE acesse quaisquer de suas dependências, possibilitando o exame das instalações e também das anotações relativas aos equipamentos, pessoas e materiais, fornecendo, quando solicitados, todos os dados e elementos referentes à execução do contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA – GARANTIA

A CONTRATADA prestou garantia na modalidade de _____, no valor de R\$ _____ (_____) equivalente a 2% (dois por cento) do valor total do Contrato.

Parágrafo Primeiro – A Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública se utilizará da garantia para assegurar as obrigações associadas ao Contrato, podendo recorrer a esta inclusive para cobrar valores de multas eventualmente aplicadas e ressarcir-se dos prejuízos que lhe forem causados em virtude do descumprimento das referidas obrigações. Para reparar esses prejuízos, poderá a CONTRATANTE ainda reter créditos.

Parágrafo Segundo – Os valores das multas impostas por descumprimento das obrigações assumidas no Contrato serão descontados da garantia caso não venham a ser quitados no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da ciência da aplicação da penalidade. Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a CONTRATADA pela diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

Parágrafo Terceiro – Em caso de rescisão decorrente de falta imputável à CONTRATADA, a garantia reverterá integralmente ao CONTRATANTE, que promoverá a cobrança de eventual diferença que venha a ser apurada entre o importe da garantia prestada e o débito verificado.

Parágrafo Quarto – Na hipótese de descontos da garantia a qualquer título, seu valor original deverá ser integralmente recomposto no prazo de 7 (sete) dias úteis, exceto no caso da cobrança de valores de multas aplicadas, em que esse será de 48 (quarenta e oito) horas, sempre contados da utilização ou da notificação pela Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, o que ocorrer por último, sob pena de rescisão administrativa do Contrato.

Parágrafo Quinto – Caso o valor do Contrato seja alterado, de acordo com o art. 65 da Lei Federal nº 8.666/93, a CONTRATADA deverá complementar o valor da garantia para que seja mantido o percentual de 2% (dois por cento) do valor do Contrato.

Parágrafo Sexto – Sempre que houver reajuste ou alteração do valor do Contrato, a garantia será complementada no prazo de 7 (sete) dias úteis do recebimento, pela CONTRATADA, do correspondente aviso, sob pena de aplicação das sanções previstas no RGCAF.

Parágrafo Sétimo – A garantia contratual só será liberada ou restituída com o integral cumprimento do Contrato, mediante ato liberatório da autoridade contratante, de acordo com o art. 465 do RGCAF e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente.

CLÁUSULA OITAVA – PRAZO

O Contrato vigorará a partir da data da sua assinatura até 12 (doze) meses contados desta ou da data estabelecida no memorando de início, se houver.

Parágrafo Primeiro – O prazo de execução dos serviços poderá ser prorrogado ou alterado nos termos da Lei Federal nº 8.666/93.

Parágrafo Segundo – No caso de serviços continuados, o contrato poderá ser prorrogado na forma do artigo 57, II ou IV, da Lei Federal nº 8.666/93 e das demais normas aplicáveis.

CLÁUSULA NONA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

São obrigações da CONTRATADA, além das previstas no item 22 do Edital:

I – prestar os serviços de acordo com todas as exigências contidas no Edital de Concorrência CO – GI Nº 01/2022, seus anexos e na Proposta;

II – tomar as medidas preventivas necessárias para evitar danos a terceiros, em consequência da execução dos trabalhos;

III– responsabilizar-se integralmente pelo ressarcimento de quaisquer danos e prejuízos, de qualquer natureza, que causar ao CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes da execução do objeto deste Contrato, respondendo por si, seus empregados, prepostos e sucessores, independentemente das medidas preventivas adotadas;

IV– atender às determinações e exigências formuladas pelo CONTRATANTE;

V – substituir, por sua conta e responsabilidade, os serviços recusados pelo CONTRATANTE no prazo determinado pela Fiscalização;

VI– responsabilizar-se, na forma do Contrato, por todos os ônus, encargos e obrigações comerciais, sociais, tributárias, trabalhistas e previdenciárias, ou quaisquer outras previstas na legislação em vigor, bem como por todos os gastos e encargos com material e mão-de-obra necessária à completa

realização dos serviços até o seu término:

a) em caso de ajuizamento de ações trabalhistas contra a CONTRATADA, decorrentes da execução do presente Contrato, com a inclusão do Município do Rio de Janeiro ou de entidade da Administração Pública indireta como responsável subsidiário ou solidário, o CONTRATANTE poderá reter, das parcelas vincendas, o montante dos valores cobrados, que serão complementados a qualquer tempo com nova retenção em caso de insuficiência;

b) no caso da existência de débitos tributários ou previdenciários, decorrentes da execução do presente Contrato, que possam ensejar responsabilidade subsidiária ou solidária do CONTRATANTE, as parcelas vincendas poderão ser retidas até o montante dos valores cobrados, que serão complementados a qualquer tempo com nova retenção em caso de insuficiência;

c) as retenções previstas nas alíneas “a” e “b” poderão ser realizadas tão logo tenha ciência o Município do Rio de Janeiro ou o CONTRATANTE da existência de ação trabalhista ou de débitos tributários e previdenciários e serão destinadas ao pagamento das respectivas obrigações caso o Município do Rio de Janeiro ou entidade da Administração Pública indireta sejam compelidos a tanto, administrativa ou judicialmente, não cabendo, em nenhuma hipótese, ressarcimento à CONTRATADA;

d) eventuais retenções previstas nas alíneas “a” e “b” somente serão liberadas pelo CONTRATANTE se houver justa causa devidamente fundamentada.

VII – responsabilizar-se, na forma do Contrato, pela qualidade dos serviços executados e dos materiais empregados, em conformidade com as especificações contidas no Edital de Concorrência CO – GI Nº 01/2022 e seus anexos, com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, e demais normas técnicas pertinentes, a ser atestada pela Coordenadoria Técnica de Publicidade da Coordenadoria Especial de Comunicação Institucional da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública – GI/CECI/CTP, assim como pelo refazimento do serviço e a substituição dos materiais recusados, sem ônus para o(a) CONTRATANTE e sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis;

VIII – manter as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital durante todo prazo de execução contratual;

IX– responsabilizar-se inteira e exclusivamente pelo uso regular de marcas, patentes, registros, processos e licenças relativas à execução deste Contrato,

eximindo o CONTRATANTE das consequências de qualquer utilização indevida;

X – observar o disposto no Decreto Municipal nº 27.715/07, no que couber.

CLÁUSULA DÉCIMA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

São obrigações do CONTRATANTE, além das previstas no item 23 do Edital:

I – Realizar os pagamentos na forma e condições previstas neste Contrato;

II – Realizar a fiscalização dos serviços contratados.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA -- ACEITAÇÃO DO OBJETO DO CONTRATO

A aceitação do objeto deste contrato se dará mediante a avaliação da Comissão de Fiscalização prevista na cláusula sexta, que constatará se os serviços atendem a todas as especificações contidas no Edital e seus Anexos, e na Proposta que ensejou a presente contratação.

Parágrafo Primeiro – O objeto do presente contrato será recebido em tantas parcelas quantas forem as relativas ao pagamento.

Parágrafo Segundo – Os serviços prestados em desacordo com a especificação do Edital e seus Anexos, e da Proposta deverão ser recusados pela Comissão responsável pela fiscalização do contrato, que anotará em registro próprio as ocorrências e determinará o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados. No que exceder à sua competência, comunicará o fato à autoridade superior, em 5 (cinco) dias, para ratificação.

Parágrafo Terceiro – Na hipótese de recusa de aceitação, a CONTRATADA deverá reexecutar os serviços não aceitos, em prazo a ser estabelecido pela CONTRATANTE, passando a contar os prazos para pagamento e demais compromissos do CONTRATANTE da data da efetiva aceitação. Caso a CONTRATADA não reexecute os serviços não aceitos no prazo assinado, a CONTRATANTE se reserva o direito de providenciar a sua execução às expensas da CONTRATADA, sem prejuízo das penalidades cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – FORÇA MAIOR

Os motivos de força maior que possam impedir a CONTRATADA de cumprir as etapas e o prazo do Contrato deverão ser alegados oportunamente, mediante

requerimento protocolado. Não serão consideradas quaisquer alegações baseadas em ocorrências não comunicadas e nem aceitas pela Fiscalização nas épocas oportunas. Os motivos de força maior poderão autorizar a suspensão da execução do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SUSPENSÃO DA EXECUÇÃO

É facultado ao CONTRATANTE suspender a execução do Contrato e a contagem dos prazos mediante justificativas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Pelo descumprimento total ou parcial do Contrato, a Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública poderá, sem prejuízo responsabilidade civil e criminal que couber, aplicar as seguintes sanções, previstas nos artigos 87 da Lei Federal nº 8.666/93 e art. 589 do RGCAF:

- (a) Advertência;
- (b) Multa de mora de até 1% (um por cento) por dia útil sobre o valor do Contrato ou saldo não atendido do Contrato;
- (c) Multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor do Contrato ou do saldo não atendido do Contrato, conforme o caso e respectivamente, nas hipóteses de inadimplemento total ou parcial da obrigação, inclusive nos casos de rescisão por culpa da CONTRATADA;
- (d) Suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de até 2 (dois) anos;
- (e) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública.

Parágrafo Primeiro – As sanções somente serão aplicadas após o decurso do prazo para apresentação de defesa prévia do interessado no respectivo processo, nos casos das alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do *caput* desta Cláusula, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, e no caso da alínea “e” do *caput* desta Cláusula, no prazo de 10 (dez) dias úteis.

Parágrafo Segundo – As sanções previstas nas alíneas “a”, “d” e “e” do *caput* desta Cláusula poderão ser aplicadas juntamente com aquelas previstas nas alíneas “b” e “c”, e não excluem a possibilidade de rescisão unilateral do Contrato.

Parágrafo Terceiro – A sanção prevista na alínea “e” do *caput* desta Cláusula poderá também ser aplicada às licitantes que, em outras licitações e/ou contratações com a Administração Pública Direta ou Indireta de qualquer nível federativo, tenham:

- (a) sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraudes fiscais no recolhimento de quaisquer tributos;
- (b) praticado atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;
- (c) demonstrado não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública, em virtude de outros atos ilícitos praticados.

Parágrafo Quarto – As multas deverão ser recolhidas no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da ciência da aplicação da penalidade ou da publicação no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro – D.O. RIO do ato que as impuser.

Parágrafo Quinto – As multas aplicadas poderão ser compensadas com valores devidos à CONTRATADA mediante requerimento expresso nesse sentido.

Parágrafo Sexto – Se, no prazo previsto nesta Cláusula, não for feita a prova do recolhimento da multa, promover-se-ão as medidas necessárias ao seu desconto da garantia prestada, mediante despacho regular da autoridade contratante.

Parágrafo Sétimo – Se a multa aplicada for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

Parágrafo Oitavo – Nos casos em que o valor da multa venha a ser descontado da garantia, o valor desta deverá ser recomposto em 48 (quarenta e oito) horas, sob pena de rescisão administrativa do Contrato.

Parágrafo Nono – Ressalvada a hipótese de existir requerimento de compensação devidamente formalizado, o CONTRATANTE suspenderá, observado o contraditório e ampla defesa, os pagamentos devidos à CONTRATADA até a comprovação do recolhimento da multa ou da prova de sua relevação por ato da Administração, bem como até a recomposição do valor original da garantia, que tenha sido descontado em virtude de multa imposta, salvo decisão fundamentada da autoridade competente que autorize o prosseguimento do processo de pagamento.

Parágrafo Décimo - Se a CONTRATANTE verificar que o valor da garantia e/ou o valor dos pagamentos ainda devidos são suficientes à satisfação do valor da multa, o processo de pagamento retomará o seu curso.

Parágrafo Décimo Primeiro – As multas previstas nas alíneas “b” e “c” do *caput* desta Cláusula não possuem caráter compensatório, e, assim, o pagamento

delas não eximirá a CONTRATADA de responsabilidade pelas perdas e danos decorrentes das infrações cometidas.

Parágrafo Décimo Segundo – A aplicação das sanções estabelecidas nas alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do *caput* desta Cláusula é da competência da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública e a da alínea “e” é da competência exclusiva do Secretário Municipal da SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO E INTEGRIDADE PUBLICA.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – RECURSOS

A CONTRATADA poderá apresentar, sempre sem efeito suspensivo:

- (a) Recurso a ser interposto perante a autoridade superior, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da ciência da aplicação das penalidades estabelecidas nas alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do *caput* da Cláusula anterior ou da ciência da decisão de rescisão do Contrato;
- (b) Pedido de Reconsideração no prazo de 10 (dez) dias úteis contados da ciência da aplicação da penalidade estabelecida na alínea “e” do *caput* da Cláusula anterior;
- (c) Representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto do Contrato, de que não caiba recurso hierárquico.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – RESCISÃO

O CONTRATANTE poderá rescindir administrativamente o Contrato, por ato unilateral, na ocorrência das hipóteses previstas no art. 529, do RGCAF, e no art. 78, incisos I a XII, XVII e XVIII, da Lei Federal nº 8.666/93, mediante decisão fundamentada, assegurado o contraditório e a ampla defesa, e observados o § 2º e incisos do art. 79 da Lei Federal nº 8.666/93.

Parágrafo Primeiro – A rescisão operará seus efeitos a partir da publicação do ato administrativo no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro – D.O. RIO.

Parágrafo Segundo – Rescindido o Contrato, a CONTRATANTE assumirá imediatamente o seu objeto no local e no estado em que a sua execução se encontrar.

Parágrafo Terceiro – Na hipótese de rescisão, a CONTRATADA, além das demais sanções cabíveis, ficará sujeita à multa de até 20% (vinte por cento) calculada sobre o saldo reajustado dos serviços não executados, ou, ainda, sobre o valor do Contrato, conforme o caso, na forma da Cláusula Terceira e da

Cláusula Décima Quarta, *caput*, alínea “c”, deste Contrato.

Parágrafo Quarto – A multa referida no parágrafo anterior não tem caráter compensatório e será descontada do valor da garantia. Se a garantia for insuficiente, o débito remanescente, inclusive o decorrente de penalidades anteriormente aplicadas, poderá ser compensado com eventuais créditos devidos pelo CONTRATANTE.

Parágrafo Quinto – Nos casos de rescisão sem culpa da CONTRATADA, o CONTRATANTE deverá promover:

- (a) a devolução da garantia;
- (b) os pagamentos devidos pela execução do Contrato até a data da rescisão;
- (c) o pagamento do custo de desmobilização, caso haja;
- (d) o ressarcimento dos prejuízos comprovadamente sofridos.

Parágrafo Sexto – Na hipótese de rescisão por culpa da CONTRATADA, esta somente terá direito ao saldo das faturas relativas aos serviços medidos e aceitos até a data da rescisão, após a compensação prevista no parágrafo quarto desta Cláusula.

Parágrafo Sétimo – No caso de rescisão amigável, esta será reduzida a termo, tendo a CONTRATADA direito aos pagamentos devidos pela execução do Contrato, conforme atestado em laudo da comissão especial designada para esse fim, e à devolução da garantia.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – SUBCONTRATAÇÃO

A CONTRATADA não poderá subcontratar, nem ceder sem a prévia e expressa anuência da Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, devidamente publicada em Diário Oficial.

Parágrafo Primeiro - Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

Parágrafo Segundo - As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto da contratação.

Parágrafo Terceiro – A SUBCONTRATADA será solidariamente responsável com a CONTRATADA por todas as obrigações legais e contratuais decorrentes

do objeto do Contrato, nos limites da subcontratação, inclusive as de natureza trabalhista e previdenciária.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Os recursos necessários à execução dos serviços ora contratados correrão à conta do Programa de Trabalho 10.07.04.131.0322.2013, Código de Despesa 3.3.90.3973, tendo sido empenhada a importância de R\$_____, por meio da Nota de Empenho nº____, ficando o restante a ser empenhado à conta do orçamento do próximo exercício.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO

Fica eleito o Foro Central da Comarca da Capital do Estado do Rio de Janeiro para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente Contrato, renunciando as partes desde já a qualquer outro, por mais especial ou privilegiado que seja.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – PUBLICAÇÃO

O CONTRATANTE promoverá a publicação do extrato deste instrumento no Diário Oficial do Município no prazo estabelecido no parágrafo único do art. 61 da Lei Federal nº 8.666/93, às expensas da CONTRATADA.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – FISCALIZAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA

O CONTRATANTE providenciará a remessa de cópias autênticas do presente instrumento ao seu órgão de controle interno e ao Tribunal de Contas do Município na forma da legislação aplicável.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DISPOSIÇÕES FINAIS

- a) A CONTRATADA se obriga a manter, durante todo o período de execução do Contrato, as condições de habilitação jurídica, qualificação técnica, qualificação econômico-financeira, regularidade fiscal e regularidade trabalhista exigidas no Edital por meio do qual foram licitados os serviços objeto do presente instrumento e o teor da sua proposta de preço, sob pena de rescisão do Contrato.
- b) Os ensaios, os testes e demais provas requeridas por normas técnicas oficiais para a verificação da boa execução dos serviços objeto deste Contrato, correm à conta da CONTRATADA.
- c) Na contagem dos prazos, é excluído o dia de início e incluído o do

vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, salvo disposição em contrário. Os prazos somente se iniciam e vencem em dias de expediente na Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública.

E por estarem justos e acordados, assinam o presente em 3 (três) vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas, que também o assinam.

Rio de Janeiro, _____ de ____ de ____.

AGENTE PÚBLICO COMPETENTE DO ÓRGÃO OU ENTIDADE
CONTRATANTE

(Nome, cargo, matrícula e lotação)

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA CONTRATADA

(Nome, cargo e carimbo da empresa)

TESTEMUNHA

(Nome, cargo, matrícula e lotação)

TESTEMUNHA

(Nome, cargo, matrícula e lotação)

ANEXO IV
DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DAS NORMAS DE SAÚDE E
SEGURANÇA DO TRABALHO
(em papel timbrado da empresa)

DECLARO, sob a penas da lei e para os devidos fins de comprovação junto ao (à) _____ *[órgão ou entidade licitante]*, que, na execução do presente contrato, são devidamente observadas as normas de saúde e segurança do trabalho pertinentes.

Rio de Janeiro, _____ de _____ de _____ .

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
(Nome, cargo e carimbo da empresa)

ANEXO V
CARTA DE CREDENCIAMENTO
(em papel timbrado da empresa)

À Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública

Prezados Senhores,

Pela presente, fica credenciado(a) o(a) Sr(a). _____
_____, portador(a) da Carteira de
Identidade nº _____, expedida pelo _____,
para representar a empresa _____, inscrita no
Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ sob o nº _____, na
Licitação processada na modalidade Concorrência GI Nº 01/2022 a ser
realizada em XX/XX/2022, podendo para tanto praticar todos os atos
necessários, inclusive prestar esclarecimentos, receber notificações, interpor
recursos e manifestar-se sobre a sua renúncia e eventual desistência.

Atenciosamente,

Rio de Janeiro, _____ de _____ de _____.

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
(Nome, cargo e carimbo da empresa)

ANEXO VI
DECLARAÇÃO REF. AO DECRETO MUNICIPAL Nº 23.445/03
(em papel timbrado da empresa)

Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública

Concorrência CO/GI nº 01/2022

_____ [denominação/razão social da sociedade empresarial], inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ sob o nº _____, por intermédio do seu(sua) representante legal o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da carteira de identidade nº _____ e inscrito(a) no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V, do art. 27, da Lei Federal nº 8.666/93, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

RESSALVA: () Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz

Rio de Janeiro, _____ de _____ de _____.

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
(Nome, cargo e carimbo da empresa)

ANEXO VII
DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE
(em papel timbrado da empresa)

[denominação/razão social da sociedade empresarial]

Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ nº _____.

[endereço da sociedade empresarial]

DECLARAMOS, sob as penalidades cabíveis, que não existe fato superveniente ao cadastramento que possa impedir nossa habilitação, nos termos do parágrafo 2º, do art. 32 da Lei Federal nº 8.666/93.

Rio de Janeiro, _____ de _____ de _____.

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
(Nome, cargo e carimbo da empresa)

ANEXO VIII

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

EMPRESA:

INSCRIÇÃO MUNICIPAL:

INSCRIÇÃO NO CNPJ:

ENDEREÇO:

TELEFONE:

E-MAIL:

BANCO:

AGÊNCIA:

CTA. CORRENTE:

Prezados Senhores:

Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste Edital de Licitação, submetemos à apreciação do Município do Rio de Janeiro a nossa proposta de preços para execução dos serviços em referência.

Certificamos que todos os documentos foram examinados e que assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta proposta.

Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessária à execução dos serviços.

SERVIÇOS	FORMA DE PAGAMENTO	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
Contratação dos serviços de comunicação	Percentual de honorários referentes à produção de peças e/ou materiais e a outros serviços realizados por terceiros cuja distribuição NÃO proporcione ao licitante o desconto da agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre custos de produção ou sobre os serviços, conforme o caso.	____% (____ por cento)

Obs.: O percentual ofertado deverá contemplar, no máximo, uma casa decimal.

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar o Contrato no prazo estabelecido pelo Município do Rio de Janeiro e ainda declaramos:

- Que será de 100% (cem por cento) o percentual de desconto concedido sobre os custos dos serviços internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ).
- Que será de 1% (um por cento) o percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços e suprimentos externos referentes a peças publicitárias destinadas a veiculação em qualquer tipo de mídia, geradora de Desconto de Agência.
- Que, dos 20% (vinte por cento) do “Desconto de Agência”, reverterá para o Município do Rio de Janeiro a parcela de 5% (cinco por cento);
- Que aceitamos integralmente as regras desta **Concorrência**, bem como a legislação a que ela está subordinada;

RIO DE JANEIRO, _____ de _____ de _____.

Assinatura e Carimbo do
Representante Legal da
Licitante

ANEXO IX
DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE TRABALHISTA
(em papel timbrado da empresa)

DECLARO, sob a penas da lei e para os devidos fins de comprovação junto à Secretaria Municipal de Governo e Integridade Pública, que o pagamento dos salários e dos respectivos encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e securitários (competência __mês/_ano_) referentes aos empregados vinculados à execução do objeto contratado por meio da Concorrência CO/ GI Nº 01/2022 encontram-se regularmente quitados.

Conforme previsto no item 16.4 do edital de Concorrência CO/GI Nº 01/2022, encaminho em anexo o comprovante de pagamento das guias de FGTS e INSS relativas ao mês de __mês__/_ano__.

Rio de Janeiro, _____ de _____ de _____.

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
(Nome, cargo e carimbo da empresa)

ANEXO X**CRITÉRIO DE SELEÇÃO INTERNA DO****ART. 2º, § 4º, DA LEI N.º 12.232/10**

Para a execução dos serviços será realizada seleção interna, de que trata o art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010. Tal seleção se dará por intermédio de uma avaliação bimestral que indicará o montante de verba executado por cada uma das 3 (três) agências contratadas. Feita a apuração, a administração deverá equalizar o montante de verba executado por cada uma das 3 (três) agências contratadas, de modo que a diferença das execuções individuais dos contratos não supere o percentual de 20%, percentual este aplicado sobre o maior valor executado, em relação ao menor valor executado dentre todas as 3 (três) agências contratadas. Caso seja verificado nas avaliações bimestrais que o percentual acima não foi observado, a administração deverá no período subsequente equalizar a distribuição da verba executada, de modo que esse percentual seja respeitado.

A distribuição dos serviços levará em conta os seguintes critérios:

- a) A eficiência e o desempenho concreto das agências, a ser permanentemente atestada e verificada durante a execução dos contratos pela respectiva fiscalização;
- b) A pertinência temática da específica campanha a ser desenvolvida, comparada com outra que anteriormente tenha sido criada pela agência considerada, durante a execução contratual; e
- c) A efetiva disponibilidade de saldo contratual, a ser aferida no momento da distribuição.

ANEXO XI**BRIEFING**

O Rio de Janeiro é a segunda maior cidade do Brasil, com população estimada em 6.775.561 pessoas de acordo com dados do IBGE de 2021, e possui ainda a segunda maior rede de ensino público municipal do país, com 634.007 alunos e 1.543 unidades educacionais. São números que por si só oferecerem um enorme desafio institucional, administrativo e de comunicação ao Poder Executivo Municipal e à Secretaria Municipal de Educação, desafio este ampliado pela crise sem precedentes enfrentada pelo setor.

A educação pública brasileira sofreu desproporcionalmente as consequências da pandemia provocada pelo coronavírus. Escolas fechadas, professores sem estrutura adequada para implantação do ensino remoto e alunos sem acesso a material didático, convivência social e desenvolvimento pedagógico foram, infelizmente, um cenário frequente ao longo dos últimos dois anos. Uma tragédia para um setor que já se notabilizava por ser um dos retratos mais cruéis da desigualdade social e econômica que caracterizam de maneira tão pungente nosso país.

Adicione-se à questão o fato de que, em todo o mundo, o modelo de educação vem encontrando dificuldades para despertar interesse, reter talentos e promover o conhecimento de crianças e jovens. São reflexos de uma sociedade cada vez mais tecnológica, dinâmica e interativa que não encontra estas mesmas características no ambiente escolar padrão e nas metodologias tradicionais de ensino.

A COMUNICAÇÃO

Em consonância com o parágrafo primeiro do artigo 37 da Constituição Federal, a Lei Orgânica do Município do Rio estabelece que “todos têm direito a receber informações objetivas, de interesse particular, na forma do art. 7º, parágrafo único, II, coletivo ou geral acerca dos atos e projetos do Município, e dos respectivos órgãos da administração pública direta, indireta e fundacional, antes de sua aprovação ou na fase de sua implementação” e ainda que “os documentos que relatam as ações dos Poderes Municipais serão vazados em linguagem simples e acessível ao povo”.

São normas regidas pelo princípio do direito soberano da população de ser comunicada sobre todas as ações do poder público, com propósito informativo, educativo e/ou de orientação social. Para tal, deve-se observar ainda o critério de bom uso dos recursos públicos, com a busca das soluções mais eficazes, inovadoras e com menor custo possível.

É fundamental, por fim, que as mensagens da Prefeitura do Rio sejam capazes de chegar à totalidade da população e, ao mesmo tempo, respeitem e considerem as especificidades de diversos grupos sociais, diferentes regiões e múltiplas culturas que compõem o Rio de Janeiro.

SITUAÇÃO ESPECÍFICA

Diante da missão de fomentar o interesse de crianças e jovens na educação e desenvolver metodologias de ensino mais apropriadas aos desafios da contemporaneidade, a Prefeitura do Rio vem investindo em inovação na formação de seu corpo docente, na infraestrutura educacional e nas unidades de ensino vocacionadas.

É o caso do GEO – Ginásio Experimental Olímpico, escolas criadas no período dos Jogos Olímpicos Rio 2016, que oferecem um ensino de excelência acadêmica voltado para a descoberta e desenvolvimento da aptidão esportiva dos alunos. Apesar do foco nos esportes, o programa também tem como premissas o desenvolvimento de metodologias dinâmicas, com sistema de ensino estruturado e materiais didáticos específicos, além da formação continuada de educadores no novo modelo escolar e na nova metodologia de ensino, qualificados e atuando de maneira eficiente na prática pedagógica.

Tomando como referência a experiência bem-sucedida do GEO, a Prefeitura do Rio lança agora o GET – Ginásio Experimental Tecnológico. Os GETs adotarão o sistema STEAM (Science, Technology, Engineering, Arts e Mathematics), uma abordagem que integra ciência, tecnologia, engenharia, artes e matemática, promovendo a interdisciplinaridade de áreas do conhecimento e estimulando a criatividade, o pensamento crítico e a sensibilidade humana.

Esta proposta pedagógica nasceu na década de 1990, nos EUA, diante da percepção do desinteresse dos estudantes pelo modelo de ensino aplicado à época. No Brasil, três décadas depois, o Rio de Janeiro se tornará pioneiro na implantação desta metodologia nas escolas municipais. Ao todo, 22 GETs serão construídos até o final de 2024, sendo três deles inaugurados ainda no ano de 2022.

É evidente que os GETs só chegarão a atender diretamente a uma pequena fração dos alunos da rede de ensino municipal do Rio, mas é também relevante considerar que as inovações e métodos desenvolvidos, implementados e testados nestas unidades serão replicados em todas as escolas do município, com impacto amplo e generalizado na metodologia de ensino, na redução da evasão escolar e na capacidade de apreensão de conhecimento por parte dos alunos.

EXERCÍCIO CRIATIVO

Considerando-se as informações apresentadas neste briefing e outros dados públicos pertinentes, a campanha que perfaz este exercício criativo deverá comunicar, por meio de uma campanha, o que é o GET – Ginásio Experimental Tecnológico, como estas escolas funcionarão e sobretudo de que forma a população do Rio de Janeiro como um todo tende a se beneficiar da implementação do projeto. É essencial considerar o caráter institucional da comunicação pretendida, sem necessidade de atração de pais e responsáveis para o processo de matrícula dos alunos nas unidades.

As agências deverão ainda desenvolver um logotipo para o GET sem levar em consideração o logotipo oficial criado pela Prefeitura do Rio. O logotipo desenvolvido não precisará ser apresentado como peça, mas deverá constar nas assinaturas de materiais elaborados, juntamente com o logotipo da Secretaria de Educação da Prefeitura do Rio. Para este exercício criativo, deve-se considerar ainda o retorno presencial de 100% dos alunos e a liberação da necessidade do uso de máscaras em quaisquer ambientes.

INFORMAÇÕES PARA O EXERCÍCIO CRIATIVO

PERÍODO

Máximo de 90 dias;

VERBA

R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais);

PÚBLICO-ALVO

Moradores da cidade do Rio de Janeiro, público geral, formadores de opinião;

MÍDIA

Offline, online e ações diretas;

ANEXO XII
DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO
DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

I – DA ANÁLISE:

A) As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

B) As Propostas Técnicas serão analisadas pela Subcomissão sendo as notas atribuídas devidamente justificadas, considerando-se os critérios estabelecidos neste Anexo.

C) Serão levados em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

1. Plano de Comunicação Publicitária

1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão sobre:

1.1.1 As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação;

1.1.2 O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Município do Rio de Janeiro

1.1.3 Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação.

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

1.2.1 A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do Município do Rio de Janeiro e ao desafio de comunicação a ser enfrentado;

1.2.2 A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

1.2.3 A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município do Rio de Janeiro com seus públicos;

1.2.4 A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;

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

1.2.6 A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação do Município do Rio de Janeiro, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível.

1.3 Ideia Criativa

1.3.1 Sua adequação ao desafio de comunicação;

1.3.2 Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

1.3.3 Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

1.3.4 A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

1.3.5 A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

1.3.6 A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

1.3.7 Sua pertinência às atividades de comunicação do Município do Rio de Janeiro;

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

1.3.9 A exequibilidade das peças e ou do material;

1.3.10 A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ ou no material aos meios e aos públicos propostos.

1.4 Estratégias de Mídia e Não Mídia

1.4.1 O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

1.4.2 A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

1.4.3 A consistência do plano simulado de distribuição das peças e / ou do material em relação aos dois subitens anteriores;

1.4.4 A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município do Rio de Janeiro;

1.4.5 A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ ou do material;

1.4.6 A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

2. Capacidade de Atendimento

- 2.1 O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- 2.2 A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- 2.3 A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária implementada pelo Município do Rio de Janeiro;
- 2.4 A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- 2.5 A operacionalidade do relacionamento entre o Município do Rio de Janeiro e a licitante, esquematizado na proposta;
- 2.6 A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Município do Rio de Janeiro, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

3. Repertório

- 3.1 A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- 3.2 A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ ou material;
- 3.3 A clareza da exposição das informações prestadas;

4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- 4.1 A evidência de planejamento publicitário;
- 4.2 A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- 4.3 A relevância dos resultados apresentados;
- 4.4 A concatenação lógica da exposição.

II – DA PONTUAÇÃO

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

B) Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo (devendo a Subcomissão Técnica justificadamente graduar a nota, entre zero e o respectivo limite ora fixado), os seguintes pontos:

1. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco), assim divididos:

1.1 Raciocínio Básico: 10 (dez), assim ponderados:

- A acuidade de compreensão sobre:

1.1.1 As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;

1.1.2 O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Município do Rio de Janeiro: 3 (três) pontos;

1.1.3 Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)

1.2.1 A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do Município do Rio de Janeiro e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;

1.2.2 A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;

1.2.3 A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município do Rio de Janeiro com seus públicos: 3 (três) pontos;

1.2.4 A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;

1.2.5 A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;

1.2.6 A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação do Município do Rio de Janeiro, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.

1.3 Ideia Criativa: 20 (vinte)

1.3.1 Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;

1.3.2 Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;

- 1.3.3 Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;
- 1.3.4 A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;
- 1.3.5 A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;
- 1.3.6 A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;
- 1.3.7 Sua pertinência às atividades de comunicação do Município do Rio de Janeiro: 2 (dois) pontos;
- 1.3.8 Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;
- 1.3.9 A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;
- 1.3.10 A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.

1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

- 1.4.1 O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;
- 1.4.2 A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;
- 1.4.3 A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;
- 1.4.4 A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município do Rio de Janeiro: 3 (três) pontos;
- 1.4.5 A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;
- 1.4.6 A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.

2. Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

- 2.1 O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: 3 (três) pontos;
- 2.2 A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias: 3 (três) pontos;

2.3 A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária implementada pelo Município do Rio de Janeiro: 3 (três) pontos;

2.4 A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato: 2 (dois) pontos;

2.5 A operacionalidade do relacionamento entre o Município do Rio de Janeiro e a licitante, esquematizado na proposta: 2 (dois) pontos;

2.6 A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Município do Rio de Janeiro, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: 2 (dois) pontos.

3. Repertório: 10 (dez)

3.1 A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver: 4 (quatro) pontos;

3.2 A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material: 3 (três) pontos;

3.3 A clareza da exposição das informações prestadas: 3 (três) pontos.

4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

4.1 A evidência de planejamento publicitário: 3 (três) pontos;

4.2 A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução: 2 (dois) pontos;

4.3 A relevância dos resultados apresentados: 3 (três) pontos;

4.4 A concatenação lógica da exposição: 2 (dois) pontos.

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

c.1) A pontuação a ser atribuída pelos membros da Subcomissão Técnica deverá variar entre zero e as notas máximas acima estabelecidas para cada um dos quesitos e subquesitos e, portanto, a nota atribuída será concretamente graduada, conforme a efetiva correção e completude aferida, caso a caso, da proposta apresentada pela respectiva licitante, com a seguinte gradação:

c.1.1) Quando a nota máxima do subquesito for 4 (quatro) pontos, serão eles atribuídos da seguinte forma:

- a) proposta com premissa totalmente incorreta: 0 ponto
- b) proposta com premissa parcialmente correta: 1 ponto
- c) proposta com premissa correta, porém com enfrentamento equivocado: 2 pontos
- d) proposta com premissa correta e com enfrentamento correto, porém superficial: 3 pontos
- e) proposta com premissa correta e com enfrentamento correto e exaustivo: 4 pontos

c.1.2) Quando a nota máxima do sub quesito for 3 (três) pontos, serão eles atribuídos da seguinte forma:

- a) proposta com premissa totalmente incorreta: 0 ponto
- b) proposta com premissa parcialmente correta: 0,5 ponto
- c) proposta com premissa correta, porém com enfrentamento equivocado: 1 ponto
- d) proposta com premissa correta e com enfrentamento correto, porém superficial: 2 pontos
- e) proposta com premissa correta e com enfrentamento correto e exaustivo: 3 pontos

c.1.3) Quando a nota máxima do sub quesito for 2 (dois) pontos, serão eles atribuídos da seguinte forma:

- a) proposta com premissa totalmente incorreta: 0 ponto
- b) proposta com premissa parcialmente correta: 0,5 ponto
- c) proposta com premissa correta, porém com enfrentamento equivocado: 1 ponto
- d) proposta com premissa correta e com enfrentamento correto, porém superficial: 1,5 ponto
- e) proposta com premissa correta e com enfrentamento correto e exaustivo: 2 pontos

d) A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

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

g) Será considerada melhor classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

h) Será desclassificada a Proposta que:

h.1 - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

h.2 - Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

h.3 - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

i) Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante melhor classificada nesta fase, como critério de desempate, será considerada a maior nota correspondente aos quesitos na seguinte ordem:

1. Plano de Comunicação Publicitária;
2. Capacidade de Atendimento;
3. Repertório;
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

j) Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em sessão pública.

ANEXO XIII**FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA****ENVELOPE Nº 01 – VIA NÃO IDENTIFICADA E
ENVELOPE Nº 02 – VIA IDENTIFICADA****1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Todos os textos deverão ser elaborados a partir das informações do Anexo XI do Edital (Briefing).

1.1 Raciocínio Básico – Texto apresentado em formato A4, em papel sulfite branco com gramatura máxima 90g, de até 5 (cinco) laudas (sem utilizar o verso da folha), com 25 linhas, com espaçamento duplo entre linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com espaçamento de 2,5 cm para cabeçalho e rodapé, com fonte Arial, tamanho 12, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Contratante, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pela Contratante, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em formato A4, em papel sulfite branco com gramatura máxima 90g, de até 5 (cinco) laudas (sem utilizar o verso da folha), com 25 linhas, com espaçamento duplo entre linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com espaçamento de 2,5 cm para cabeçalho e rodapé, com fonte Arial, tamanho 12, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela Contratante e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolvê-los.

1.3 Ideia Criativa – Texto apresentado em formato A4, em papel sulfite branco com gramatura máxima 90g, de até 3 (três) laudas (sem utilizar o verso da folha), com 25 linhas, com espaçamento duplo entre linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com espaçamento de 2,5 cm para cabeçalho e rodapé, com fonte Arial, tamanho 12, apresentando a resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e storyboards) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pela licitante. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações poderão ser apresentadas em pranchas, obrigatoriamente brancas, com gramatura de no máximo 230g e com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em Pen drive. Para o total de 10 (dez) peças informado no Briefing,

fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio. Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 3 laudas, proposto neste item. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute e story-board impressos, para qualquer peça, e de “monstro”, para rádio e internet.

1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em formato A4, em papel sulfite branco com gramatura máxima 90g, de até 5 (cinco) laudas (sem utilizar o verso da folha), com 25 linhas, com espaçamento duplo entre linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com espaçamento de 2,5 cm para cabeçalho e rodapé, com fonte Arial, tamanho 12, em que a explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público, alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de cinco laudas para este item.

OBS. 1: Por se tratar da via não identificada, e conforme o sistema fixado no Edital, os textos referidos acima deverão ser entregues sem encadernação, seja capa, contracapa, espiral, grampos, etc. Toda documentação deverá estar acondicionada dentro do Envelope 01. A Comissão Especial de Licitação se encarregará, se for o caso, da fixação das folhas, durante a sessão pública.

OBS. 2: A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação da licitante, sem os exemplos de peças e ou material referentes à Ideia Criativa.

ENVELOPE Nº 03 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

2. Capacidade de Atendimento - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', corpo '12'. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 2 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

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

3. Repertório – A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

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

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

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

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

Somente serão consideradas as peças e ou os materiais veiculados, expostos ou distribuídos nos últimos 05 (cinco) anos.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PENDRIVE.

As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida (**10 (dez)** peças), sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 3 – Repertório, do item II – Pontuação, do Anexo XII do Edital.

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

As peças e ou material não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Município do Rio de Janeiro sejam ou tenham sido signatárias.

4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho 12.

Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 4 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 02.

Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 4 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite de páginas previsto abaixo, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

A licitante deverá apresentar **2 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas de papel A4, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

Somente serão consideradas as propostas implementadas nos últimos 05 (cinco) anos.

Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, do item II – Pontuação, do Anexo XII do Edital.

Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Município do Rio de Janeiro seja ou tenha sido signatário.

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

É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PENDRIVE;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 4, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

Observação:

A critério do MUNICÍPIO, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão vir ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

ANEXO XIV
MODELO DE SOLICITAÇÃO DO ENVELOPE N.º 01
(PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA)

Rio de Janeiro, ____ de _____ de _____.

À

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO E INTEGRIDADE PÚBLICA

Rua _____ - _____

_____ - Rio de Janeiro

Prezados Senhores,

Vimos pela presente, solicitar o fornecimento do Envelope n.º 01 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada), a fim de podermos participar da Licitação Modalidade Concorrência n.º 01/2022, a ser realizada em XX/XX/2022.

Atenciosamente,

Assinatura

Documento de identidade nº

Nome

ANEXO XV
DECLARAÇÃO REF. AO ARTIGO 9º, III, DA LEI Nº 8.666/93 E ARTIGO 2º,
PARÁGRAFO ÚNICO, DO DECRETO Nº 19.381/01
(em papel timbrado da empresa)

[denominação/razão social da sociedade empresarial]

Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ nº ____.

[endereço da sociedade empresarial]

DECLARAMOS, sob as penalidades cabíveis, que não possuímos dirigentes, gerentes, sócios ou componentes do quadro técnico que sejam servidores da Administração Direta ou Indireta do Município, ou que o tenham sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data DO ATO CONVOCATÓRIO, nos termos do inciso III do artigo 9º da Lei Federal nº 8.666/93, e que não participam dos nossos quadros funcionais profissional que tenha ocupado cargo integrante dos 1º e 2º escalões da Administração Direta ou Indireta do Município, nos últimos 12 (doze) meses, nos termos do parágrafo único do artigo 2º do Decreto Municipal nº 19.381/01.

Rio de Janeiro, ____ de _____ de ____.

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
(Nome, cargo e carimbo da empresa)