

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

## **TERMO DE REFERÊNCIA**

### **1. IDENTIFICAÇÃO DO DEMANDANTE:**

1.1. Solicitação feita através da Secretaria Municipal de Comunicação Social, localizada na Rua Coronel Madureira, nº 77 – Centro – Saquarema, CEP 28.990-756. Prédio sede da Prefeitura Municipal de Saquarema – CNPJ. 32.147.670/0001-21.

### **2. DO OBJETO**

2.1. O presente Termo de Referência tem como objetivo a contratação de uma agência de publicidade para divulgação institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas da Prefeitura Municipal de Saquarema, com caráter educativo, informativo ou de orientação social, pelo período de 12 (doze) meses, conforme especificações, quantitativos e condições estabelecidas neste instrumento.

### **3. DA JUSTIFICATIVA**

3.1. A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral, dessa forma entendemos que se caracterizam como serviços contínuos, conforme dispõe o inciso II, do artigo 57, da Lei nº 8.666/1993, haja visto a necessidade de manter o funcionamento das atividades finalísticas desta secretaria, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público.

3.2. As normas legais que regem os procedimentos licitatórios de serviços de publicidade foram editadas pela Lei nº 12.232/2010 e, complementarmente, pelas Leis nº 8.666/93 e nº 4.680/65 e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

### **4. DO OBJETIVO**

4.1. Compreendem os 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 aos veículos e demais meios de divulgação, incluindo o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing.

4.2. Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- b) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

4.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Saquarema, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens; possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

4.4. Em relação à divulgação de eventos culturais, esportivos ou de entretenimento, a agência de publicidade contratada poderá realizá-la, dentro do contrato de prestação de serviços publicitários, mas a agência não poderá intermediar a contratação de fornecedores para a realização de tais eventos.

## **5. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

5.1. A despesa decorrente da futura aquisição deverá correr por conta de recursos vigentes da Secretaria Municipal de Comunicação Social, conforme as seguintes DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS: PT: 24.131.0013.2.036000 FICHA: 253, ND: 3.3.90.39.47.00.00, FONTE: 1533; PT: 24.131.0013.2.053000 FICHA: 256, ND: 3.3.90.39.47.00.00, FONTE: 1533.

## **6. METODOLOGIA**

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

6.1. As propostas das licitantes deverão ser apresentadas em 5 invólucros:

**Invólucro 01** – será padronizado e fornecido pela Secretaria Municipal de Comunicação Social para evitar identificação. Dentro deste invólucro as empresas devem inserir o plano de Comunicação Publicitária sem nenhuma identificação da agência e obedecendo os padrões de apresentação e formatação.

**Invólucro 02** – deve ser providenciada pela própria empresa e apresentar o mesmo conteúdo do invólucro 01 (Plano de Comunicação Publicitária) porém sem os exemplos de peças e com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº2.  
PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.  
VIA IDENTIFICADA.  
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE.  
CONCORRÊNCIA Nº...

**Invólucro 03** – deve ser providenciado pela própria empresa, onde deverá ser apresentada a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3.  
PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.  
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE.  
CONCORRÊNCIA Nº...

**Invólucro 04** – deve ser providenciado pela própria empresa e conter a proposta de preço, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4.  
PROPOSTA DE PREÇO.  
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE.  
CONCORRÊNCIA Nº...

**Invólucro 05** – deve ser providenciado pela empresa e conter todos os documentos de habilitação. O invólucro 05 deverá ser apresentado apenas na última sessão do processo licitatório, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5.  
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.  
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE.  
CONCORRÊNCIA Nº ...

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

## 7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Termo de referência e dos seus Anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro 01, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

7.2. Não poderão participar da licitação empresas:

- a) Cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços da Secretaria Municipal de Comunicação Social;
- b) Suspensas de licitar ou impedidas de contratação com a Prefeitura Municipal de Saquarema, enquanto durar a suspensão ou o impedimento;
- c) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
- d) Que se encontrem sob falência decretada, concordata/recuperação judicial e extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação;

7.3. Não é permitida a participação de consórcio de empresas e a participação de licitante com mais de uma proposta.

7.4. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

7.5. Não poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste termo de referência, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.

## **8. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

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

### **QUESITOS:**

#### **I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

8.3. O plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing e nas orientações deste termo de referência, observadas especialmente as seguintes previsões:

- I. Formatação realizada conforme subitens 8.3.5 a 8.3.9:
- II. Elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:
  - a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

- i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro 2.
- b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.
  - i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

#### SUBQUESITOS:

8.3.1. **Raciocínio Básico** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura de Saquarema, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

8.3.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

8.3.3. **Ideia Criativa** é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

8.3.3.1. Todas as peças e/ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

8.3.3.2. Da relação de peças e/ou materiais, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) Roteiro, layouts e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) Storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

8.3.3.2.1. Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados e não serão aceitas capturas de vídeo.

8.3.3.2.2. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

8.3.3.2.3. Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 8.3.5, VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou material a que se refere o subitem 8.3.3.1.

8.3.3.2.4. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em dispositivo de Memória USB Flash Drive.

8.3.3.2.5. Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro 01, observado o disposto no subitem 8.3.2, b.

8.3.3.2.6. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro 01 poderão ser dobradas.

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

**8.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

- I. Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing.



- II. Simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material constantes da relação prevista no subitem 8.3.3.1.

8.3.4.1. Essa simulação deverá conter todas as peças e material que forem referidos como necessários para a execução da proposta de estratégia de comunicação publicitária e deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I. Período de distribuição das peças e/ou material;
- II. Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III. Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V. Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.

8.3.4.2. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

8.3.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

Processo nº: 7493/2022
Fls:
<hr/>
Assinatura

- II. Deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

### **FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

8.3.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I. Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II. Capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco.
- III. Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- IV. Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V. Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI. Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII. Alinhamento justificado do texto;
- VIII. Texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- IX. Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

8.3.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material prevista no subitem 8.3.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

8.3.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

8.3.7. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel 75 ou 90 gr, com ou sem suporte:

- I. Separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 8.3.5.;
- II. Adequados às dimensões do invólucro 01.

8.3.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- I. Ser editados em cores;
- II. Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
- III. Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 8.3.6.

8.3.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I. Ser editados em cores;
- II. Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- III. Ser apresentados em papel A3 dobrado.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

## II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

8.4. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

- I. A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- II. A quantificação e a qualificação 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;
  - a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
  - b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços, objeto deste termo de referência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação Social.
- III. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.
- IV. A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- V. As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação Social, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

8.4.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 8.4. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

### **III – REPERTÓRIO**

8.5. O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados no máximo nos últimos cinco anos, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

8.5.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- I. As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2018;
- II. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em dispositivo Memória USB Flash Drive (Pen Drive), podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- III. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).
  - a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- IV. As peças e/ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Saquarema seja ou tenha sido signatário;

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

- V. Formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho”12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;
- VI. Edição em papel A4 ou A3, de 75 ou 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

8.5.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 8.5.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

8.5.1.2. A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no subitem 8.5.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

8.5.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 8.5.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 10.1, III.

8.5.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

#### **IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

8.6. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2017.

8.6.1. As propostas de que trata o subitem 8.6 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2018.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

8.6.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 10.1,IV.

8.6.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2017 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Saquarema seja ou tenha sido signatário.

8.6.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

8.6.3.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

8.6.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 8.6 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- I. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em dispositivo Memória USB Flash Drive (Pen Drive), podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).
- II. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 8.6, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- III. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

8.6.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 8.6 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

8.6.5.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 8.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

## 9. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. A proposta de preço deverá ser apresentada em caderno único, páginas numeradas sequencialmente, redigida em língua portuguesa, sem rasuras, rubricadas, datada e assinada na última página pelo preponente ou representante legal da empresa e de forma firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

9.2. A Proposta de Preço deverá ser elaborada informando o **percentual de honorários**, sem a quebra de percentual, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; o **percentual de desconto**, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Lista de Custos Referencial de Serviços Internos da SINAPRO/RJ - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro e sobre o Guia de Valores de Produtos e Serviços Digitais da ABRADI (Associação Brasileira dos Agentes Digitais), em vigor, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65;

- I. Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e



instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

- II. Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre as tabelas de preços referenciais da SINAPRO/RJ e ABRADI;
- III. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;
- IV. Os percentuais de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;
- V. O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);
- VI. A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:
  - a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Prefeitura Municipal de Saquarema as vantagens obtidas;
  - b) Comprometendo-se a reverter à Prefeitura de Saquarema, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de nossa faixa de 3%, conforme indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia;
  - c) O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
<hr/>
Assinatura

- d) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais onde a CONTRATADA cede a Prefeitura Municipal de Saquarema os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do CONTRATO.
- e) Ao estabelecer os percentuais a serem pagos relativos aos DIREITOS AUTORAIS, observar os seguintes:
- I. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
  - II. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
  - III. A indicação de tais percentuais deve representar o que usualmente ocorre nas negociações de direitos autorais e conexos, quando da renovação de contratos e não serão pontuáveis na Proposta de Preço, pois dizem respeito à remuneração de terceiros, fornecedores externos, titulares de direitos autorais e conexos;

9.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido e deverá ser:

9.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

9.2.2. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber

maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a sobre as tabelas de preços referenciais da SINAPRO/RJ e ABRADI.

9.2.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe do edital.

## **10. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

10.1. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 13, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

### **I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 pontos)**

<b>RACIOCÍNIO BÁSICO: a acuidade de compreensão máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:</b>		
<b>a)</b>	Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Saquarema;	2,0 (dois) pontos
<b>b)</b>	Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Saquarema, destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação;	4,0 (quatro) pontos
<b>c)</b>	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos

**ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**  
**máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:**

<b>a)</b>	Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Saquarema e ao desafio de comunicação;	5,0 (cinco) pontos
<b>b)</b>	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos e a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Saquarema com seus públicos;	5,0 (cinco) pontos
<b>c)</b>	Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;	6,0 (seis) pontos
<b>d)</b>	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articular o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível;	4,0 (quatro) pontos

**IDEIA CRIATIVA**  
**máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:**

<b>a)</b>	Adequação ao desafio e à estratégia de comunicação publicitária, atendendo a todos os pontos da campanha requisitados em briefing;	6,0 (seis) pontos
<b>b)</b>	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados;	3,0 (três) pontos
<b>c)</b>	Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos
<b>d)</b>	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos

**ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA**  
**máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:**

<b>a)</b>	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da município/região.	4,0 (quatro) pontos
<b>b)</b>	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante em particular à otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (cinco) pontos
<b>c)</b>	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos

**II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (15 pontos)**

**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**  
**máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:**

<b>a)</b>	Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	1,0 (um) ponto
<b>b)</b>	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade, qualificação e experiência dos profissionais em atividades publicitárias, colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Saquarema.	5,0 (cinco) pontos
<b>c)</b>	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura Municipal de Saquarema, na escolha de soluções alternativas.	4,0 (quatro) pontos
<b>d)</b>	A existência de equipe dedicada para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Saquarema, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição.	4,0 (quatro) pontos
<b>e)</b>	Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Saquarema, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	1,0 (um) ponto

### III – REPERTÓRIO (10 pontos)

<b>REPERTÓRIO</b> <b>máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:</b>		
<b>a)</b>	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pela pertinência em relação aos casos e verba apresentados.	3,0 (três) pontos
<b>b)</b>	A qualidade da execução e acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção de cada um dos meios de onde essas peças foram inseridas e a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso onde elas estão inseridas.	3,0 (três) pontos
<b>c)</b>	E a exequibilidade das soluções, a contemporaneidade e diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação no atendimento a outros clientes.	4,0 (quatro) pontos

### IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)

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

10.2. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos.

10.2.1. A cada um dos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária e demais quesitos (Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) serão atribuídos os pontos ali definidos, pela capacidade de atender ao exigido e pela razão de critério e peso abaixo especificada:

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

10.2.2. A pontuação dos quesitos corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica e a nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.



Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

10.2.3. 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 termo de referência.

10.2.3.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos 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 a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

10.3. Será desclassificada a licitante que:

- I. Não observar as determinações e as exigências deste termo de referência;
- II. Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- III. Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- IV. Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

10.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 10.3., II e III.

10.5. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.



Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

10.5.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 14.9. ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10.6. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

## **11. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

11.1. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros 04 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

11.1.1. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

- a. Percentual de honorários sobre (i) à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no quesito 10.1.I:

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
30	10% ou abaixo de 10%
25	De 11% a 12%
20	De 13% a 14%
15	De 13% a 14%
10	15%

- b. Desconto sobre a sobre as tabelas de preços referenciais da SINAPRO/RJ e ABRADI que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 10.1.II:

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

<b>PONTOS</b>	<b>DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTOS INTERNOS</b>
30	50% ou acima de 50%
25	45%
20	40%
15	35%
10	30%

11.1.2. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre as tabelas de preços referenciais da SINAPRO/RJ e ABRADI

$$NFPC = (D1 + D2)/2$$

## **12. JULGAMENTO FINAL**

12.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + NFPC$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

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

- a. Estratégia de Comunicação Publicitária;

b. Ideia Criativa;

c. Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia

12.1.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 12.1.1, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

12.1.3. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no termo de referência, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

12.1.4. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

12.1.5. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços - observado o disposto no subitem quesito 12.1.

### **13. SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

13.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

13.2.1. Um dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Saquarema.

13.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Saquarema.

13.3.1. A relação de nomes será publicada no Diário Oficial Eletrônico da Prefeitura Municipal de Saquarema, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

13.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.

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

13.3.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 13.

13.3.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 13.3.

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

13.3.5. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

13.3.5.1. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

- I. 01 (um) membro que não possua vínculo com a Prefeitura Municipal de Saquarema;
- II. 2 (dois) membros que possuem vínculo com a Prefeitura Municipal de Saquarema.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

13.3.6. Além das demais atribuições previstas neste termo de referência, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

#### **14. PROCEDIMENTOS DE LICITAÇÃO**

14.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste termo de referência e na legislação.

14.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

14.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, aonde nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

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

14.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

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

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

14.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

## **PRIMEIRA SESSÃO**

14.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo do edital e terá a seguinte pauta inicial:

- I. Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) aonde nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante;
- II. Apresentação à Comissão dos invólucros 01, 02, 03 e 04.
- III. Exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste termo de referência;
- IV. Rubrica no fecho dos invólucros 02 e 04 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
- V. Abertura dos invólucros 01 e 03, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

14.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

14.8.2. O invólucro 01, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

- I. Não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro 02;
- II. Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

14.8.2.1. O não recebimento do invólucro 01 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

14.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros 01, 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.

14.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros 01 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

14.8.5. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros 01 e 03, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

14.8.6. Os invólucros 02 e 04 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

14.8.7. Abertos os invólucros 01 e 03, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

14.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros 01 e 03 observarão os seguintes procedimentos:

- I. Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros 01, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- II. Análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- III. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;

- IV. Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros 03, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- V. Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- VI. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

14.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 10.3, I e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

14.8.9.1. O disposto no subitem 14.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros 02.

14.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 14.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## **SEGUNDA SESSÃO**

14.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros 01 e 03), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão



Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I. Identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II. Abertura do receptáculo contendo os invólucros 02 e 04;
- III. Abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros 02 e rubrica no fecho do invólucro 04;
- IV. Cotejo das vias não identificadas (invólucro 01) com as vias identificadas (invólucro 02) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V. Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente. Aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI. Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII. Adoção dos procedimentos previstos no subitem 10.5., em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.
- VIII. Informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

### **TERCEIRA SESSÃO**

14.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I. Identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

- II. Abertura dos invólucros 04, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III. Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV. Declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V. Informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

#### **QUARTA SESSÃO**

14.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I. Identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- II. Recebimento e abertura dos invólucros 05, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- III. Informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

14.12. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

14.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste termo de referência, e entregue em sessão pública.

14.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

## **15. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

15.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

15.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 14.12.

15.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro 05, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

15.2.1. O invólucro 05 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

15.2.2. Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

- I. Em original ou
- II. Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou
- III. Em cópia autenticada por cartório competente, ou
- IV. Em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

*Atenção: Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão.*

15.3. Os documentos referentes à HABILITAÇÃO JURÍDICA são:

- I. Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
  - II. Registro comercial, em caso de empresa individual;
  - III. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
- a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- IV. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
  - V. Decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

15.4. Os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA são:

- I. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

- III. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- IV. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- V. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- VI. Certidões negativas de débitos ou não, contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

15.4.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com a Seguridade Social esteja com a exigibilidade suspensa;

15.4.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

15.5. Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:

- I. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);
- II. Declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste termo de referência.

15.6. A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA será comprovada mediante apresentação:

- I. De certidão negativa de falência e concordata/recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;
  - a) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
  - b) Será considerada como válida pelo prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto;
- II. Do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios.
  - a) As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 1 (um) ano deverão apresentar o balanço de abertura ou intermediário, conforme o caso;
  - b) Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e normas contábeis que regem a matéria.
  - c) O patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IPCA quando o balanço estiver encerrado a mais de 3 (três) meses da data da licitação.

15.6.1. A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro 05:

- I. Índice de Solvência Geral – ISG, Índice de Liquidez Corrente – ILC e Índice de Liquidez Geral – ILG maiores que 1,0 (um);
- II. No caso de licitante que apresentar igual ou menor que 1,0 (um) no cálculo do ISG, ILC e ILG, deverá comprovar possuir patrimônio líquido igual ou superior a R\$ 675.000,00 (seiscentos

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

e setenta e cinco mil reais) correspondente a 5% do valor da verba publicitária fixada e do valor do contrato a ser firmado.

15.6.1.1. Para a comprovação do Patrimônio Líquido e índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social deverá ser realizado pela licitante e confirmado pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

15.6.1.2. Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredondada para cima, quando na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 5 (cinco).

15.7. A licitante também deverá incluir no invólucro 05, declaração elaborada conforme modelo que será disponibilizado no edital, afirmando:

- I. Conhecimento do instrumento convocatório;
- II. Atendimento ao art. 27 da Lei 8.666/93;
- III. Inexistência de impedimento para a participação;
- IV. Elaboração independente de proposta.

15.8. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto a Prefeitura Municipal de Saquarema e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.

15.8.1. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 15.7 os documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

15.9. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste termo de referência.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

15.10. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro 05, declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

15.11. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

15.12. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste termo de referência.

## **16. VALOR ESTIMADO**

O valor global da presente contratação de serviços de publicidade está estimado em R\$ 13.500.000,00 (treze milhões e quinhentos mil reais).

## **17. CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO**

17.1. Os serviços de publicidade previstos na Lei nº 12.232/2010 serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

17.2. O certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

17.3. A CONTRATADA executará os serviços previstos no contrato e o fará sob a solicitação, aprovação e fiscalização da Secretaria Municipal de Comunicação Social que poderá estabelecer fluxo de trabalho que melhor atenda as necessidades da Administração.

17.4. Toda e qualquer execução de serviços por parte da CONTRATADA somente poderá ocorrer após prévia e expressa aprovação da CONTRATANTE.

17.5. A agência atuará por conta e ordem da Secretaria Municipal de Comunicação Social na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução



Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

das atividades complementares e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao Art. 2º da Lei nº 12.232/10).

17.6. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado. A não aceitação de serviços, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do contratante.

17.7. A adjudicação do objeto da licitação será em favor de uma única agência de publicidade e a mesma não poderá subcontratar outra agência para a execução dos serviços objeto desta licitação.

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

17.9. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato. Tal fornecimento exigirá sempre a apresentação pela agência ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, observando os parágrafos 2 e 3 do artigo 14 da Lei nº 12.232/2010.

17.9.1. A contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

17.9.2. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.

17.10. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

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.

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

17.12. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possuem estrutura de atendimento compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) 01 (um) na área de atendimento exclusivo para atendimento à Prefeitura Municipal de Saquarema;
- b) 01 (um) na área de planejamento e estudo;
- c) 02 (dois) na área de criação;
- d) 02 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) 02 (dois) na área de mídia;
- f) 01 (um) na área de comunicação digital.

17.13. A contratada deverá comparecer, periodicamente, através de seu representante legal ou equipe responsável pelo atendimento à Prefeitura Municipal de Saquarema, na sede da Prefeitura de Saquarema, para reunião técnica com a contratante.

17.14. As reuniões técnicas presenciais deverão ocorrer, no mínimo, a cada 15 (quinze) dias, exceto quando dispensadas pela contratante, em dia e horário pré-agendados, e as despesas com deslocamento, hospedagem e demais custos decorrentes correrão por conta da contratada.

17.15. Em caso haja impossibilidade de comparecimento às reuniões técnicas

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

agendadas, a contratada deverá informar e justificar sua ausência e remarcar nova data para a reunião.

17.16. A contratada deverá disponibilizar atendimento online, telefônico e via correio eletrônico, de segunda-feira a sexta-feira, de 9h às 17h, e havendo necessidade, deverá participar de reuniões online sempre que solicitada pela contratante.

17.17. A empresa contratada será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e despesas inerentes aos serviços contratado, tais como as decorrentes de mão-de-obra, do material, do equipamento e demais custos diretos ou indiretos que recaem sobre a mesma.

17.18. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

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

17.20. Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

17.20.1 A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato, ficando vedada às CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

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

17.20.3 A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades da gestão municipal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

17.20.4 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio da agência de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

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

17.20.6 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

17.20.7 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos serão sempre considerados como já incluída no custo de produção.

17.20.8 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

17.20.9 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades. Nesses casos, quando couber, a



## 20. CONDIÇÕES DE GARANTIA

20.1. O vencedor do procedimento licitatório é obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou de materiais empregados.

20.2. As condições de garantias do serviço seguem de acordo com a **Lei Federal Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, especificamente em seus artigos 18 e 26.**

## 21. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

21.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela Secretaria Municipal de Comunicação Social, a agência de publicidade deverá apresentar:

- I. A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE SAQUAREMA, CNPJ. Nº 32.147.670/0001-21, contendo o número do CONTRATO e os dados da agência de publicidade. (Banco, Agência, Conta Corrente).
- II. Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.
- III. A primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo: o CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.
- IV. Os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;
- V. Os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos

descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a Prefeitura Municipal de Saquarema.

- VI. Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso V a agência de publicidade deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.
- VII. Os leiautes, roteiros e similares reprovados pela CONTRATANTE não serão cobrados pela CONTRATADA.

21.1.1. O comprovante de veiculação é constituído por:

- I. Revista e anuário: exemplar original;
- II. Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;
- III. Demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:
  - a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a agência de publicidade poderá 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 “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja

assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

b) Mídia Exterior:

b.1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar os foros, 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.2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, 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.

b.3) Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de gps e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove o local 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.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

21.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 21.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela Secretaria Municipal de Comunicação Social, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.



21.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela agência de publicidade à Comunicação.

21.2.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a Prefeitura Municipal de Saquarema a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

21.2.1.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

21.3. A contratada deverá enviar juntamente com a nota fiscal, cópia dos seguintes documentos: Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS; Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal); Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

21.4. O pagamento será realizado em até 30 (trinta) dias após a apresentação da Nota Fiscal, devidamente atestada por, no mínimo, dois servidores designados pelo Poder Público Contratante, e uma vez que tenham sido cumpridos todos os critérios estabelecidos neste Termo de Referência e no Contrato.

21.5. A PREFEITURA MUNICIPAL DE SAQUAREMA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela agência de publicidade, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

21.6. Cabe à CONTRATADA efetuar pagamentos a fornecedores de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação e demais meios de comunicação e divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

21.7. A contratada informará ao CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

21.8. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e ou espaço, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

21.9. Correrão por conta da agência de publicidade o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

21.10. A PREFEITURA MUNICIPAL DE SAQUAREMA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

## **22. DA POSSIBILIDADE LEGAL DE ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES AO OBJETO A SER CONTRATADO**

22.1. O objeto licitado poderá sofrer acréscimos ou supressões nos limites previstos no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei Federal n.º 8.666/93.

## **23. PRAZO DE EXECUÇÃO DO CONTRATO**

23.1. O prazo de execução do Contrato, que vier a ser celebrado para a execução do objeto deste Termo de Referência, deverá ser fixado em 12 (doze) meses e se dará início a partir da assinatura do Contrato e emissão da ordem de início.

23.2. Considera-se tal serviço como contínuo, de natureza permanente ou de longa duração, observando os prazos previstos no art. da lei nº 8666/93.

23.3. O Contrato poderá ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos se houver interesse público e conveniência econômico-financeira para o município, conforme preceitua o artigo 57, incisos II da Lei nº 8.666/93, lavrando-se o competente termo de aditamento.

## **24. CRITÉRIOS DE REAJUSTE**

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

24.1. Os preços, inicialmente cotados, são fixos e irrevogáveis, ressalvando o disposto na alínea 'd' do inciso II do artigo 65 da Lei nº 8.666/93.

24.2. O valor do contrato poderá ser reajustado, se houver interesse público e conveniência econômico-financeira para o município, conforme rege a Lei nº 8.666/93, em seus arts. 40, XI e 55, III.

24.3. Os reajustes permitidos pelo artigo 65 da Lei nº 8.666/93, serão concedidos após decorrido 12 (doze) meses da vigência do contrato, por provocação do contratado, que deverá comprovar através de percentuais do IPCA, o reajuste pleiteado, que passarão por análise contábil de servidores designados pelo Município.

24.4. A recomposição de preços não ficará adstrita a aumento, devendo a Licitante vencedora repassar ao Município as reduções que possivelmente venham ocorrer em seus respectivos percentuais. Tais recomposições poderão ser espontaneamente ofertadas pela CONTRATADA ou requeridas pelo Município.

## **25. MODALIDADE DA LICITAÇÃO E FORMAS DE JULGAMENTO**

25.1. Modalidade Concorrência na forma de julgamento de melhor técnica e menor preço.

## **26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

26.1. Prestar informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, que serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

26.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;

26.3. Verificar se o serviço executado está de acordo com as especificações constantes neste Termo de Referência;

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

26.4. Empenhar, para cumprimento do Contrato, os recursos orçamentários necessários ao pagamento.

26.5. Efetuar o pagamento de acordo com os prazos e condições estabelecidos no Contrato.

26.6. Comunicar prontamente a Contratada, qualquer anormalidade no objeto do Contrato, podendo recusar o recebimento, caso não esteja de acordo com as especificações e condições estabelecidas neste Termo de Referência.

26.7. Notificar previamente o Contratada, quando da aplicação de penalidades.

26.8. Acompanhar e fiscalizar a execução contratual, por intermédio de servidor(es) designado(s) pela Secretaria Municipal de Comunicação Social.

26.9. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela agência de publicidade da Prefeitura Municipal de Saquarema.

## **27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

27.1. As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

27.2. Fornecer e executar o objeto do presente termo rigorosamente no prazo pactuado, mediante emissão de ordem de serviço, bem como cumprir todas as demais obrigações impostas pelo presente Termo e pela legislação aplicável.

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

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

27.4. Ser o único responsável por todos os ônus tributários Federais, Estaduais e Municipais, ou obrigações concernentes à legislação social, trabalhista, fiscal, securitária ou previdenciária, bem como por todos os gastos e encargos inerentes à mão de obra necessária à perfeita efetivação do objeto contratual, entendendo-se como ônus tributários: pagamento de impostos, taxas, contribuições de melhoria, contribuições parafiscais, empréstimos compulsórios, tarifas e licenças concedidas pelo Poder Público.

27.5. Ser o único, integral e exclusiva responsável, em qualquer caso, por todos os danos e prejuízos de qualquer natureza que causar à Prefeitura Municipal de Saquarema ou a terceiros, provenientes da prestação do serviço, respondendo por si e por seus sucessores, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento do Poder Público licitante.

27.6. Manter e fornecer, durante a futura execução contratual, quando for o caso, as condições de habilitação e qualificação exigidas em eventual edital em compatibilidade com as obrigações assumidas.

27.7. Promover por sua conta a cobertura, através de seguros, dos riscos a que se julgar exposta em vista das responsabilidades que lhe cabem na execução deste termo.

27.8. Indenizar em qualquer caso todos os danos e prejuízos, de qualquer natureza, que os materiais vierem causar à Prefeitura Municipal de Saquarema ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, na execução deste termo, respondendo por si e por seus sucessores.

27.9. Prestar todo e qualquer esclarecimento ou informação solicitada pela fiscalização da Prefeitura Municipal de Saquarema.

27.10. Cientificar, imediatamente, à fiscalização da Prefeitura Municipal de Saquarema qualquer ocorrência anormal durante a execução contratual.

## **28. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

28.1. Será nomeado um Gestor e uma comissão de fiscalização, composta por 03 (três) servidores, para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

28.2. Gestor de Contrato é o servidor responsável pela gestão contratual, que irá coordenar as atividades relacionadas à fiscalização técnica, administrativa, setorial e pelo público usuário, bem como os atos preparatórios à instrução processual e ao encaminhamento da documentação pertinente ao setor de contratos para formalização dos procedimentos quanto aos aspectos que envolvam a prorrogação, alteração, reequilíbrio, pagamento, aplicação de sanções, extinção dos contratos, dentre outros.

28.3. O fiscal do contrato é responsável por fiscalizar a execução contratual, acompanhar o efetivo cumprimento das obrigações contratuais, a exemplo do atingimento dos prazos e metas estabelecidos, inclusive, sugerir alterações no contrato, bem como verificar a manutenção das condições de regularidade trabalhista, previdenciária, tributária, etc.

28.4. Ficará a cargo do Fiscal de Contrato, fiscalizar as condições e o gerenciamento da entrega. O mesmo deverá atestar se os materiais adquiridos estão de acordo com as quantidades e especificações solicitadas, bem como atentar para o prazo de entrega, de forma que os materiais sejam entregues dentro do prazo estipulado na ordem de serviço.

28.5. Ficarão reservados à fiscalização o direito e a autoridade para resolver todo e qualquer caso singular, omissos ou duvidosos não previstos no presente Processo Administrativo e tudo o mais que se relacione com o objeto licitado, desde que não acarrete ônus para a Prefeitura Municipal de Saquarema ou modificação da contratação.

28.6. O ordenador de despesa irá designar a equipe de fiscalização do contrato. Os servidores deverão ser lotados na Secretaria Municipal de Comunicação Social e o Termo de Designação devidamente publicado, conforme Art. 67 Lei nº 8.666/93.

28.7. As decisões que ultrapassem a competência da equipe de fiscalização da Secretaria Municipal de Comunicação Social, deverão ser solicitadas formalmente pela empresa contratada à autoridade administrativa imediatamente superior ao fiscal, através dele, em tempo hábil para a adoção de medidas convenientes.

28.8. A empresa contratada deverá aceitar, antecipadamente, todos os métodos de inspeção, verificação e controle a serem adotados pela fiscalização, obrigando-se a

fornecer todos os dados, elementos, explicações, esclarecimentos, soluções e comunicações necessários ao fiel cumprimento de suas obrigações nos termos do contrato a ser firmado.

28.9. A contratada se obriga a permitir, caso haja auditoria interna do contratante e/ou auditoria externa por ele indicada, acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao contratante.

28.10. A existência e a atuação da fiscalização em nada restringirão a responsabilidade única, integral e exclusiva da contratada, no que concerne ao objeto contratual, às implicações próximas e remotas perante a Prefeitura Municipal de Saquarema ou perante terceiros, do mesmo modo que a ocorrência de irregularidades decorrentes da execução do objeto licitado e adjudicado não implicará corresponsabilidade desta Prefeitura ou de seus prepostos, devendo, ainda, a empresa contratada, sem prejuízo das penalidades previstas, proceder ao ressarcimento imediato, ao Poder Público licitante, dos prejuízos apurados e imputados a falhas na execução do objeto adjudicado.

## **29. SANÇÕES APLICÁVEIS**

29.1. O não cumprimento total ou parcial do Contrato enseja a sua rescisão unilateral por ato da CONTRATANTE, independentemente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, na forma do artigo 78, da Lei Federal nº 8.666/93;

29.2. Em caso de inexecução, total ou parcial, erro de execução, execução imperfeita, demora na execução, qualquer inadimplemento ou infração contratual, a CONTRATADA, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que couber, ficará sujeita às penalidades previstas no artigo 87, da Lei Federal nº 8.666/93 com suas alterações:

- a) Advertência;
- b) Multa de mora de até 1% (um por cento) por dia útil sobre o valor total do contrato, por um período máximo de 30 (trinta) dias úteis;
- c) Multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, depois de esgotado o prazo fixado na alínea anterior;

- d) Suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração Pública;
- e) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública.

29.3. As sanções previstas nos incisos III e IV do artigo 87 da Lei nº 8666/93 poderão também ser aplicadas, conforme art. 88 da mesma Lei, às empresas ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos por esta Lei:

- a) Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- c) Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

### **30. DISPOSIÇÕES GERAIS**

30.1. A contratada guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

### **31. ANEXOS:**

**ANEXO 1** deste Termo de Referência – BRIEFING.

**ANEXO 2** deste Termo de Referência – TABELAS DE PREÇOS REFERENCIAIS.

**ANEXO 3** deste Termo de Referência – CALENDÁRIO DE CAMPANHAS E EVENTOS ANO 2023.

Saquarema, 30 de agosto de 2022.

Elaborado por:

Joice Barbosa Rogerio – matrícula 70769

***Nilson da Costa Cardoso Júnior***  
*Secretário Municipal de Comunicação Social*  
*Matrícula: 206474*



Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

## **ANEXO 01 BRIEFING**

### **Panorama Geral**

Saquarema é um município do estado do Rio de Janeiro, localizado na mesorregião das Baixadas Litorâneas, também denominada como Região dos Lagos. É conhecida como a "Capital Nacional do Surfe", sendo recorrente a realização da etapa brasileira da WSL (World Surf League) na cidade. É, também, chamada de "Casa do Vôlei Brasileiro", por ser a sede da Confederação Brasileira de Voleibol (CBV).

O município destaca-se pelas suas belas praias, lagoas, cachoeiras e montanhas. É uma das poucas cidades da Região dos Lagos que possui, ao mesmo tempo, mar, lagoas, cachoeiras e serras. Com isso, seu potencial turístico é enorme, pois abriga diversos locais que atraem atletas, famílias ou qualquer pessoa que queira curtir os principais pontos da cidade.

Saquarema tem Nossa Senhora de Nazareth como padroeira. A data é comemorada anualmente no dia 8 de setembro, quando se realiza o Círio de Nazaré mais antigo do Brasil. Nesta festa, milhares de pessoas saem em procissão pela Vila, o Centro Histórico da cidade, levando a Imagem histórica da padroeira, encontrada em 1630.

### **História da cidade**

Em 1530, D. João III, rei de Portugal, reconhecendo que o sistema de “excursões” para guardar as costas do Brasil exigia grandes sacrifícios e não apresentava resultados satisfatórios devido à falta de pontos onde se pudesse atracar com as embarcações para provê-las de mantimentos e homens, resolveu fundar uma colônia nas margens do Rio da Prata. Para isso organizou uma frota com duas naus, um galeão e duas caravelas e uma tripulação de aproximadamente 400 pessoas, tendo como comandante, Martim Afonso de Souza, com poderes extraordinários concedidos por D. João III através de uma carta Régia datada de 20 de novembro de 1530. Dentre tais poderes destacava-se o de tomar posse e colocar marcos em todo o território até a linha demarcada.

Saindo de Lisboa em 03 de dezembro de 1530, chegou à Baía de Todos os Santos em 13 de março de 1531, depois de ter se dividido, pois uma parte da frota dirigiu-se ao norte.

No dia 17 do mesmo mês, Martim Afonso de Souza reiniciou a viagem indo em direção ao sul.

Após contornar Cabo Frio, atracou em frente ao Morro de Saquarema (morro da Igreja de Nossa Senhora de Nazareth), no lugar onde hoje é a construção da Barra Franca. Alguns tripulantes desembarcaram e foram entrar em contato com uma grande tribo de

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

índios, os Tamoios. Estes índios moravam em choças feitas de sapê ou tábua com uma porta em cada extremidade e sem repartimento no interior.

Por séculos esses indígenas dominaram a parte litorânea onde hoje se localiza a sede do município de Saquarema e apelidaram a lagoa de “SOCÓ-REMA” que quer dizer bandos de socós (ave pernalta abundante na lagoa naquela época) e com a evolução da linguagem passou a chamar-se Saquarema.

Os Tamoios sempre foram aliados dos franceses e por isso foram exterminados pelo então governador do Rio de Janeiro, Antonio Salema, em setembro de 1575, em luta contra os portugueses.

O Rei D. João III, buscando uma solução menos dispendiosa para o problema da colonização do Brasil, resolveu dividir o território em capitanias hereditárias. Foi devido à concretização desse desejo real, que as terras do atual município de Saquarema passaram a pertencer a Martim Afonso de Souza, por se encontrar dentro dos limites fixados para a Capitania de São Vicente a ele doada. Dado a extensão do território da Capitania, muitos anos se passaram antes que as terras de Saquarema recebessem os benefícios da civilização.

Só em 1594 os padres da Ordem do Carmo por elas de interessaram, pleiteando e obtendo, em 5 de outubro desse ano a doação de algumas sesmarias localizadas na região. No lugar hoje denominado Carmo, próximo a Ipitangas, os religiosos iniciaram a construção de um convento que denominaram de Santo Alberto. Após a chegada dos carmelitas, outras sesmarias foram concedidas nas redondezas das suas, o que motivou a criação de várias fazendas nas terras de Saquarema.

No século XVII, foi erguida uma capela dedicada à Nossa Senhora de Nazareth no mesmo lugar onde, hoje, se encontra a Igreja Matriz. No século XIX, houve importante produção de café na região.

Com o declínio do café no Estado do Rio de Janeiro e a conseqüente modernização e urbanização das cidades, a partir do século XX, a região tornou-se, basicamente turística e de veraneio, características que fizeram de Saquarema um lugar ideal para férias e fins de semana em família ou com amigos.

### **Geografia do Município**

Distante cerca de cem quilômetros da capital do estado, possui as seguintes praias: Vila, Prainha, Itaúna, Barrinha, Boqueirão, Barra Nova, Jaconé, Vilatur, entre outras, com condições favoráveis à prática do surfe. Uma das mais famosas é a Praia de Itaúna, que é conhecida como "Maracanã do surfe".

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

Saquarema é dividida em três distritos – Saquarema, Bacaxá e Sampaio Corrêa.

Saquarema é o primeiro distrito do município, onde fica a sede e todos os prédios da administração pública municipal: Prefeitura, Câmara de Vereadores, Fórum, Ministério Público, Defensoria Pública, Sede da OAB, Conselho Tutelar, Delegacia, dentre outros. Além de abrigar a Igreja Matriz de Nossa Senhora de Nazareth e as praias mais famosas da cidade (Vila e Itaúna), é o point da vida noturna da cidade, onde estão concentrados a maioria dos bares, restaurantes e casas noturnas. A Praça Oscar de Macedo Soares, localizada no Centro, abriga a famosa Feira do Artesanato, em que muitos expositores, inclusive estrangeiros, vendem de tudo: desde pequenos souvenirs da cidade até bonitas joias de prata.

Bacaxá é o segundo distrito de Saquarema e é conhecido por ser o centro comercial de Saquarema. A maior parte da população se concentra no distrito, que é cortado pela Rodovia Amaral Peixoto, a RJ 106. Por ser o principal eixo comercial da cidade, é em Bacaxá que estão concentradas as lojas, escolas, cinemas, bancos, supermercados e demais locais de interesse comercial e econômico de Saquarema.

Sampaio Corrêa é o terceiro distrito de Saquarema. É conhecido por ter possuído, nas décadas de 60 e 70, a usina de cana-de-açúcar Santa Luiza, que chegou a ser a segunda maior produtora de cana-de-açúcar do estado do Rio de Janeiro, perdendo apenas para o município de Campos dos Goytacazes. É no distrito de Sampaio Corrêa que está grande parte da produção agrícola do município. Com uma população predominantemente rural, o distrito abriga serras, florestas e praias, como as de Jaconé, que é, atualmente, o bairro que mais cresce no município.

## **Século XXI**

Com a chegada dos anos 2000 e o advento do petróleo, as receitas de Royalties chegaram aos municípios da Região dos Lagos. As primeiras cidades a receber o incremento no orçamento foram Cabo Frio, Arraial do Cabo, Rio das Ostras e Macaé, com a pujança da produção de óleo da Bacia de Campos.

Com a redução da produção de petróleo no norte do Estado do Rio e a consequente descoberta de gigantescos poços de petróleo no pré-sal da Bacia de Santos, as receitas de Royalties se deslocaram mais para o sul, beneficiando cidades como Saquarema, Maricá e Niterói (dados podem ser conferidos nas tabelas disponibilizadas pela Agência Nacional do Petróleo – ANP).

Com o crescimento populacional (74.234 pessoas pelo CENSO IBGE 2010) e 91.938 pessoas (população estimada pelo IBGE para 2021), alguns problemas começaram a aparecer na cidade: ocupação desenfreada, drenagem, saneamento, abastecimento, infraestrutura básica... A Prefeitura de Saquarema, desde 2017, busca solucionar estes

problemas, investindo boa parte dos recursos provenientes dos Royalties em obras que dotarão a cidade com infraestrutura de qualidade.

Novas vias estão sendo construídas, buscando facilitar a mobilidade por toda a cidade. Estradas que antes eram de leito natural estão sendo pavimentadas, criando novos corredores que garantem o escoamento de produções agrícolas, o transporte de passageiros por meio de ônibus e carros de aplicativo ou táxis, além de meios de transportes particulares, como motos, carros e bicicletas. Estas, aliás, estão ganhando novos locais de tráfego como ciclovias e ciclofaixas em toda a cidade.

### **Estrutura do Executivo Municipal**

Com o crescimento e as novas demandas do município, a Prefeitura de Saquarema tem se reestruturado para buscar atender às necessidades da cidade. Novas famílias chegam, diariamente, ao município, seja para fincar residência ou para passar temporadas. Com isso, novas demandas surgem, principalmente em áreas sensíveis como Saúde, Educação, Transporte, Segurança, Mobilidade, Infraestrutura e Cultura.

A atual gestão da Prefeita Manoela Peres (2017/2020 e 2021/2024) é composta por 23 (vinte e três) secretarias municipais, além de um instituto previdenciário (o IBASS). Estes órgãos são responsáveis por toda a Administração Direta do Município e atuam, em conjunto, com o Poder Legislativo, composto por 13 vereadores.

O Poder Executivo Municipal está, basicamente, distribuído nos bairros do Centro, Bacaxá e Porto da Roça. Além disso, há polos de atendimento nos bairros de Jaconé e Sampaio Corrêa.

Atualmente, a gestão municipal está empenhada em resolver antigos problemas que causavam grandes transtornos para a população. Na Educação, a ampliação da oferta de vagas para creche e pré-escola é uma das metas, além do foco na capacitação do cidadão. Programas como o Conexão Universitária, Centro de Capacitação Profissional, Cursos de Línguas, Robótica, dentre outros, dão mais oportunidades aos moradores da cidade.

Na Saúde, a construção do maior complexo hospitalar do interior do Estado do Rio de Janeiro representará um avanço sem igual na história do município! A Cidade da Saúde reúne o novo Hospital Municipal, além de clínicas especializadas como as da Mulher, Criança, Idoso, Centro de Reabilitação, Odontológico, de Imagens, uma Creche e outros diversos atendimentos voltados à oncologia.

Na Infraestrutura, o Programa Saquarema Não Para prevê a pavimentação de mais de 140 quilômetros de obras por toda a cidade. Drenagem, pavimentação, Urbanização,

Processo nº: 7493/2022
Fls:
Assinatura

Iluminação e Sinalização são alguns dos pontos deste programa, que dotará a cidade com completa infraestrutura.

Diversos outros programas e benefícios estão sendo implantados na cidade. Todos podem ser consultados pela população por meio das ferramentas digitais da Prefeitura, principalmente o site [saquarema.rj.gov.br](http://saquarema.rj.gov.br) ou as redes sociais, no @prefeituradesaquarema. Nestes locais, o cidadão poderá acompanhar campanhas, projetos e o dia a dia do Município.

### **Proposta de Briefing**

Embora seja uma cidade de interior, com alto potencial turístico, com sazonalidade que interfere diretamente no número da população (permanente ou flutuante), a cidade possui um problema que impacta diretamente a vida de boa parte dos moradores: a mobilidade.

Por anos, convencionou-se pensar mobilidade como “apenas as linhas de ônibus”. Pensamentos do tipo: “uma cidade que possui poucas linhas - ou poucos ônibus em operação - não é uma cidade com boa mobilidade” são comuns.

Com a evolução do pensamento comum, observa-se que mobilidade é muito mais do que ônibus: é a calçada padronizada, que facilita a locomoção de idosos e deficientes; é a ciclovias com origem e destino que atendam à população; é a rua ou estrada sinalizada e iluminada, dando mais segurança para os usuários; é a integração intermodal (ônibus, bicicleta, carro, etc); terminais nos bairros, promovendo o crescimento e desenvolvimento de bairros mais afastados e da periferia; a correta oferta de vagas de estacionamento, etc.

Um Plano de Mobilidade Urbana será executado na cidade, em atendimento às determinações da Legislação Federal e em consonância com o Plano Diretor Municipal. Para tanto, a participação da população é de extrema importância para solucionar o problema em questão. É a população que deve e precisa ser ouvida, para que o Plano de Mobilidade Urbana busque resolver, da melhor forma, o gargalo da mobilidade na cidade.

Para isso, moradores e turistas precisam se engajar nas ações que a Prefeitura de Saquarema, por meio das secretarias de Comunicação Social, Transporte e Serviços Públicos, Desenvolvimento Econômico, Urbanismo, Obras Públicas e Infraestrutura, realizará na cidade.

Uma campanha publicitária seria o instrumento adequado para solucionar o problema acima descrito. Através de uma divulgação massiva, porém objetiva e efetiva quanto ao público, é possível dar início a um processo de engajamento no imaginário popular.



**ESTADO DO RIO DE JANEIRO**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE SAQUAREMA**  
Secretaria Municipal de Comunicação Social

Processo nº: 7493/2022

Fls:

Assinatura

De forma didática, deve ser apresentado ao saquaremense todas as diretrizes e metas do Plano de Mobilidade Urbana. Além disso, é importante que o morador saiba o que é o Plano e para que ele serve, bem como seus impactos na vida de cada cidadão, fazendo-o compreender que sua participação pode colaborar com um produto final (o Plano) de qualidade, que atenda aos anseios dos moradores da cidade, seja ele da área urbana ou rural. Além disso, espera-se que tal campanha publicitária possa fazer com que a Prefeitura de Saquarema seja reconhecida como instituição essencial para cada cidadão saquaremense.

É importante ressaltar que a Prefeitura de Saquarema deve ser exemplar na boa utilização dos recursos públicos, o que se aplica nesta campanha-teste. A proposta de comunicação, portanto, deve ser eficiente, mas de baixo custo.

**Público-alvo:** homens e mulheres, moradores de saquarema, das classes A, B, C, D e E, com idades a partir dos 16 anos.

**Período:** 60 (sessenta) dias.

**Região:** Saquarema-RJ.

**Recursos financeiros:** R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais);

**Recursos próprios:** site oficial (saquarema.rj.gov.br), perfis do Facebook, Instagram, Youtube, Twitter e TikTok, além do Diário Oficial de Saquarema.

**Marcas:** criação de identidade visual do Plano de Mobilidade, bem como marcas da Prefeitura de Saquarema que se fizerem necessárias à criação da campanha, que podem ser solicitadas à Secretaria Municipal de Comunicação Social do Município de Saquarema.

Saquarema, 30 de agosto de 2022.

Elaborado por:

Ewerton Moreira de Carvalho Silva – Matrícula 8174-1

*Nilson da Costa Cardoso Júnior*  
*Secretário Municipal de Comunicação Social*  
*Matrícula: 206474*



**ESTADO DO RIO DE JANEIRO**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE SAQUAREMA**  
Secretaria Municipal de Comunicação Social

Processo nº: 7493/2022

Fls:

Assinatura

## **ANEXO 02**

### **TABELAS DE PREÇOS REFERÊNCIAIS.**

**1. TABELA DE VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS da SINAPRO/RJ – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro.**

*\*tabela em vigor.*

**2. GUIA DE VALORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS DIGITAIS da ABRADI – Associação Brasileira dos Agentes Digitais.**

*\*tabela em vigor.*



**ESTADO DO RIO DE JANEIRO**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE SAQUAREMA**  
Secretaria Municipal de Comunicação Social

Processo nº: 7493/2022

Fls:

Assinatura

## **ANEXO 03**

# **CALENDÁRIO DE CAMPANHAS E EVENTOS**

## **ANO 2023**

\*o calendário foi elaborado considerando as campanhas e eventos realizados nos últimos 5 (cinco) anos pela Prefeitura de Saquarema e calendário do Ministério da Saúde, porém está sujeito a alterações de acordo com a adesão de cada secretaria municipal, atualização no calendário do MS e continuidade e realização de novos eventos realizados por outras entidades, porém com apoio do governo municipal.