



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL

CONCORRÊNCIA N.º 001/2026

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 458/2025

INTERESSANDO: CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

DATA E HORA DA SESSÃO: 13/03/2026 – 10:00 HORAS

OBJETO/TIPO DE LICITAÇÃO E CRITÉRIO DE JULGAMENTO:
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS ESPECIALIZADOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO, INTERMEDIÇÃO, SUPERVISÃO E DESENVOLVIMENTO DE PEÇAS E CAMPANHAS DE CARÁTER EDUCATIVO, INFORMATIVO OU DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA, NA FORMA PRESENCIAL, COM CRITÉRIO DE JULGAMENTO TÉCNICA E PREÇO, EM CONFORMIDADE COM A LEI Nº 12.232/2010 E SUPLEMENTAR DA LEI Nº 14.133/2021, E AS CONDIÇÕES E EXIGÊNCIAS ESTABELECIDAS NESTE EDITAL

AMPARO LEGAL: LEI Nº 12.232/2010, LEI Nº 14.133/2021 E DEMAIS LEIS PERTINENTES

ORÇAMENTO DISPONÍVEL: R\$ 750.000,00 (SETECENTOS E CINQUENTA MIL REAIS)

ÍNDICE:

1. Preâmbulo
2. Disposições Iniciais
3. Objeto
4. Valor Contratual e Recursos Orçamentários
5. Condições de Participação
6. Retirada do Edital
7. Esclarecimentos sobre o Edital
8. Impugnação do Edital
9. Credenciamento de Representantes
10. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação
11. Dos envelopes

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

12. Apresentação da Proposta Técnica
13. Apresentação da Proposta de Preço
14. Abertura dos envelopes
15. Julgamento das Propostas Técnicas
16. Julgamento das Proposta de Preços
17. Da Classificação
18. Do Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços
19. Da Habilitação
20. Da Equipe de Apoio ao Agente de Licitação e Subcomissão Técnica
21. Recursos Administrativos
22. Homologação e Adjudicação
23. Da Subcontratação e da Garantia Contratual
24. Dos preços estimados pela Administração, do prazo do contrato e da possibilidade de prorrogação
25. Da dotação orçamentária
26. Obrigações da Contratada e da Contratante
27. Gestão e Fiscalização
28. Remuneração e pagamento
29. Sanções Administrativas
30. Disposições Finais

Anexos:

Anexo I – Termo de Referência;

Anexo II – Briefing;

Anexo III - Procuração;

Anexo IV – Declaração de Habilitação para Credenciamento;

Anexo V – Declaração de Inexistência de Menor Trabalhador e Cumprimento Reserva de Vagas para Pessoas com Deficiência Reabilitado;

Anexo VI – Declaração de ME, EPP, MEI;

Anexo VII – Declaração de Pleno Atendimento aos Requisitos de Habilitação;

Anexo VIII – Minuta do Contrato;

Anexo IX – Modelo de Proposta de Preço.

1. PREÂMBULO:

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PROCESSO: CMP ADM nº 458/2025

ÓRGÃO REQUISITANTE: Diretoria de Comunicação Social

FORMA: Presencial

MODALIDADE: Concorrência

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Técnica e Preço

DATA DE REALIZAÇÃO: 13 de março de 2026

HORÁRIO DE INÍCIO: 10:00h (dez horas)

ENDEREÇO FÍSICO: Praça Visconde de Mauá nº. 89, Centro, CEP Nº 25.685-380, Petrópolis – RJ.

ENDEREÇO ELETRÔNICO: licitacao@cmpleg.com.br

LEGISLAÇÃO PERTINENTE: Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 14.133/21 e observadas às alterações posteriores introduzidas nos referidos diplomas legais, e ao disposto no presente Edital e seus Anexos.

ACESSO AO EDITAL: www.petropolis.rj.leg.br

2. DISPOSIÇÕES INICIAIS:

2.1. Esta licitação será realizada com as condições estabelecidas neste Edital, e será regida pela Lei Federal nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 14.133/2021, e demais legislações pertinentes ao objeto. Justificando ainda a sua realização de forma presencial dada a inviabilidade técnica de realização de forma eletrônica;

2.2. A sessão será pública, registrada em ata, e gravada em áudio e vídeo, conforme dispõe o § 2º do Art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021;

2.3. A natureza do serviço é **intelectual e contínua**, voltada ao fortalecimento da comunicação institucional da Câmara Municipal de Petrópolis, promovendo transparência, cidadania ativa, acesso à informação e modernização da imagem do Poder Legislativo;

2.4. Trata-se de contratação **global** de 01 (uma) agência de publicidade, responsável por atender integralmente às demandas comunicacionais da Câmara, conforme plano anual de comunicação aprovado em conjunto com a Assessoria de Comunicação (ASCOM);



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

2.5. Os serviços serão prestados **sob demanda**, conforme ordens de serviço emitidas pela contratante, sendo inaplicável a fixação de quantitativos prévios por se tratar de atividade de natureza intelectual.

3. OBJETO:

3.1. Contratação de agência de publicidade, para execução integrada de serviços técnicos especializados de comunicação institucional, nos termos da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021 visando ao fortalecimento da comunicação pública da Câmara Municipal de Petrópolis, compreendendo:

3.1.1. Estudo, planejamento e conceituação de campanhas e peças publicitárias;

3.1.2. Criação, produção e execução de materiais em mídias digitais, impressas, televisivas e radiofônicas;

3.1.3. Programação visual e desenvolvimento de conteúdo multimídia, incluindo vídeos, áudios, transmissões ao vivo, *podcasts*, animações e infográficos;

3.1.4. Execução e acompanhamento de planos de mídia, com análise de desempenho e relatórios periódicos;

3.1.5. Intermediação e supervisão técnica de serviços gráficos, audiovisuais e de veiculação em terceiros;

3.1.6. Adoção de estratégias inovadoras de marketing digital e comunicação interativa, assegurando a modernização da imagem institucional e maior engajamento com a sociedade.

3.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 3.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

3.3. A agência contratada deverá atender aos seguintes requisitos mínimos:

I) Equipe multidisciplinar composta por profissionais de planejamento, mídia, criação, redação, design e produção audiovisual;

II) Capacidade comprovada de execução multicanal, incluindo mídias tradicionais e digitais;

III) Atendimento às normas técnicas da ABNT, especialmente em relação a qualidade gráfica, acessibilidade audiovisual e padrões digitais (resolução, formatos e compatibilidade entre plataformas);

IV) Apresentação de plano de trabalho inicial detalhado, contendo estratégias de comunicação, cronograma e métricas de avaliação;

V) Flexibilidade operacional para atendimento sob demanda e em prazos variados;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

VI) Compromisso com a transparência, incluindo aprovação prévia de peças e relatórios mensais de desempenho.

3.4. Para a prestação dos serviços será contratada 01(uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

3.5. As propostas das licitantes deverão observar o Briefing (Anexo II deste Edital) e as orientações estabelecidas no Termo de Referência.

4. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS:

4.1. O valor contratual será de R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).

4.2. A contratação está devidamente adequada ao orçamento da Câmara Municipal de Petrópolis para o exercício financeiro correspondente.

4.3. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Petrópolis. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Programa de Trabalho: 01.001.01.122.0102.2.010;

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00.00.

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

4.5. O prazo contratual será de **12 (doze) meses**, contados a partir da assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite legal estabelecido na legislação vigente, mediante interesse da Administração e vantajosidade para a Câmara.

4.6. Em caso de prorrogação, o contrato será reajustado mediante aplicação de índice oficial do setor (ex.: **SINAPRO**), ou outro que venha a substituí-lo. Para os custos com terceiros, aplicar-se-á o valor praticado no mercado à época da execução, respeitado o limite orçamentário do contrato.

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

5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

5.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

5.2. As licitantes arcarão com todos os custos decorrentes da elaboração e apresentação de suas propostas, sendo que a Câmara Municipal de Petrópolis, não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

5.3. A participação na licitação implica, automaticamente, na aceitação integral dos termos deste Edital, seus Anexos e leis aplicáveis.

5.4. Os documentos exigidos deverão ser apresentados em original ou publicação em órgão da imprensa oficial, por qualquer processo de cópia simples, desde que devidamente LEGÍVEL, ressaltado o direito da comissão em solicitar o original para comparação.

5.4.1. Serão aceitos, para todos os fins deste certame, documentos assinados eletronicamente, inclusive por meio de assinatura digital, nos termos da Lei 14.063/2020 desde que observadas as seguintes condições:

a) A **assinatura digital** deverá ser realizada com o uso de certificado digital emitido no âmbito da **Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-Brasil**, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001;

b) A **assinatura eletrônica**, sem certificado ICP-Brasil, será admitida desde que realizada por meio de plataforma que permita a **verificação de autoria, integridade e autenticidade** do documento, mediante acesso ao respectivo sistema de validação pública;

5.4.2. A Administração reserva-se o direito de **verificar a validade, autenticidade e integridade** das assinaturas eletrônicas ou digitais apresentadas, podendo solicitar o reenvio do documento ou apresentação por outro meio, caso necessário para garantir a segurança jurídica do processo.

5.4.3. O envio de documentos com assinaturas eletrônicas ou digitais implica a responsabilidade do proponente quanto à **veracidade das informações** e à autenticidade da assinatura.

5.5. Só terão direito de usar a palavra, rubricar as documentações, propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar as Atas os licitantes credenciados, o Pregoeiro e os membros da Comissão de Apoio.

5.6. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública;

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

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



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE.
- f) que estejam reunidas em consórcio.

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

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

5.9. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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

6. RETIRADA DO EDITAL:

6.1. Este Edital será fornecido pelo ANUNCIANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio do endereço eletrônico www.petropolis.rj.leg.br, observados os procedimentos ali previstos.

6.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

7. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL:

7.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Equipe de Apoio ao Agente de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

7.1.1. Por carta ou ofício: protocolizado no Setor de Protocolo desta Câmara Municipal de Petrópolis, situado na Praça Visconde de Mauá nº. 89, Centro, CEP Nº 25.685-380, Petrópolis – RJ, de segunda a sexta-feira, das 9 h às 18 h;

7.1.2. pelo e-mail: licitacao@cmpleg.com.br.

7.2. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Equipe de Apoio ao Agente de Contratação em até 03 (três) dias úteis.

7.3. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

7.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 10.2.

8. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL:

8.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 9h às 18h, no Setor de Protocolo desta Câmara Municipal, nesta cidade.

8.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitacao@cmpleg.com.br, observados os prazos descritos no subitem 8.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

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

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

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

8.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Equipe de Apoio ao Agente de Contratação:

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

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



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

9. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES:

9.1. O licitante se apresentará junto ao Pregoeiro através de seu representante legal, exibindo carteira de identidade e contrato social da Empresa a fim de participar do procedimento licitatório ou, através de um preposto com procuração (Anexo III) juntamente com a cópia do Contrato Social ou Estatuto da Empresa através do qual se verifique que pode representar à licitante.

9.2. O credenciamento de que trata o subitem anterior, far-se-á por meio de instrumento público de procuração ou instrumento particular com firma reconhecida, ou assinatura eletrônica, com poderes para formular ofertas, lances de preços e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente. Em sendo sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercerem direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

9.3. As sociedades anônimas deverão apresentar cópia da ata da assembléia geral ou da reunião do conselho de administração atinente à eleição e ao mandato dos atuais administradores, que deverá evidenciar o devido registro na junta comercial pertinente ou a publicação prevista na Lei nº 6.404/76 e suas alterações.

9.4. Aberta a sessão, os interessados ou os seus representantes, credenciados por instrumento público ou particular, com firma reconhecida, ou assinatura eletrônica, apresentarão declaração, afirmando que cumprem plenamente os requisitos de habilitação, conforme modelo do Anexo IV deste Edital, FORA DE QUALQUER ENVELOPE, procedendo-se a abertura e verificação das propostas com os requisitos estabelecidos no presente instrumento convocatórios.

9.5. As microempresas ou empresas de pequeno porte para se utilizarem dos benefícios introduzidos pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, deverão comprovar sua condição de ME-EPP no credenciamento do procedimento licitatório das licitantes envolvidas, preenchendo o formulário do Anexo VI.

9.6. É vedado a um mesmo procurador ou representante legal ou credenciado representar mais de um licitante, sob pena de afastamento do procedimento licitatório das licitantes envolvidas.

9.7. Serão aceitas propostas encaminhadas por meros portadores que não estejam munidos dos documentos de credenciamento. A ausência desta documentação implicará na impossibilidade da formulação de lances após a classificação preliminar, bem como a perda do direito de manifestar intenção de recorrer das decisões do pregoeiro, ficando o representante da licitante impedido de se manifestar durante os trabalhos.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

9.8. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

9.8.1. A substituição de representante poderá ocorrer a qualquer momento, desde que formalmente comunicada à Equipe de Apoio ao Agente de Contratação, que irá analisar o caso concreto.

9.9. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Equipe de Apoio ao Agente de Contratação, na data, hora e local indicados no subitem 10.2.

9.10. Os documentos apresentados para o credenciamento deverão estar em plena validade e poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente, ou por servidor da Administração ou publicação em órgão da imprensa oficial. A exibição do documento original ao pregoeiro dispensa a autenticação em cartório.

10. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

10.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Equipe de Apoio ao Agente de Contratação em 04 (quatro) invólucros distintos e separados, conforme disposto no item 11 deste Edital.

10.2. Os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

dia: 13/03/2026

hora: 10h

local: Palácio Amarelo, endereço Praça da Águia, 89 – Petrópolis/RJ

10.3. Os envelopes com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Equipe de Apoio ao Agente de Contratação.

10.4. O horário mencionado neste Edital refere-se ao horário de Brasília.

10.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 14, e na legislação.

11. DOS ENVELOPES:

11.1. As propostas das licitantes deverão observar o Briefing (Anexo II deste Edital) e as orientações estabelecidas no Termo de Referência.

11.2. Os licitantes deverão preparar 5 envelopes, contendo os documentos da proposta Técnica e proposta de Preços.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

11.3. É obrigatório o uso do invólucro padronizado fornecido pela Câmara Municipal de Petrópolis.

11.4. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela agência interessada no horário das 9h às 17h, à partir da publicação deste Edital e até 03 (três) dias antes da data de abertura do certame, no Palácio Amarelo, endereço Praça da Águia, 89 – Petrópolis/RJ.

11.5. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

11.6. O **Envelope 1** deverá conter o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**.

11.6.1. O Envelope 1 deverá estar sem fechamento, sem rubrica ou qualquer tipo de identificação, como marcas, sinais, etiquetas ou elemento que possibilite a identificação da licitante;

11.6.2. O Envelope 1 não pode estar danificado ou dobrado, de maneira que deforme as peças, materiais e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

11.6.3. Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

11.7. No **Envelope 2** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

11.7.1. O Envelope 2 deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.7.2. O Envelope 2 tampouco poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope 1) e possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura deste envelope. Deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 2 CONCORRÊNCIA Nº 001 /2025 PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada) Denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

11.8. No **Envelope 3** deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento**, o **Repertório** e os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.

11.8.1. O envelope 3 deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.8.2. O Envelope 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Identificada (Envelope 1) que possibilite a identificação da autoria deste. Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3
CONCORRÊNCIA Nº 001/2025
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO
Denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

11.9. A **proposta de Preços** deverá ser entregue acondicionada no **Envelope 4**.

11.9.1. O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho.

11.9.2. O Envelope 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope 1) e possibilite a identificação da autoria deste.

11.9.3. O Envelope 4 deverá ter a seguinte identificação:

ENVELOPE 4
CONCORRÊNCIA Nº 001/2025
PROPOSTA DE PREÇO
Denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

11.10. O **envelope 5, da Habilitação**, deverá conter os documentos de acordo com o item 19 deste Edital.

ENVELOPE 5
CONCORRÊNCIA Nº 001/2025
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
Denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

12. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA:

12.1. O Envelope 1 (PROPOSTA TÉCNICA) deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário, SEM A IDENTIFICAÇÃO da licitante com os respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças e impressos em layouts.

12.2. O Plano de Comunicação Publicitária será constituído por caderno específico, elaborado com base no Briefing e nas orientações deste Edital, composto dos seguintes subquestos:

12.2.1. **Raciocínio Básico:** Será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

comunicação publicitária da CÂMARA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

12.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: Será 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 relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

- a) Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de Petrópolis.
- b) Explicitará e defenderá os 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.

12.2.3. Ideia Criativa: A licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Todas as peças e ou materiais 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;
- b) A relação das peças deverá ser apresentada em dois blocos, sendo que no primeiro bloco, deverão ser relacionadas as peças corporificadas, limitadas a 10 (dez) peças e no segundo bloco, as peças não corporificadas, sem número limitado de peças;
- c) Da relação de peças e ou materiais, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos 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 - Ser 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* ou *storyboard* impresso, 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, observando as seguintes regras:

- Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablet, assim como painéis sequenciais de mídia exterior ou carrossel para redes sociais) 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;
- Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

d) Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

e) Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

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

g) Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar posteriormente o cotejo com o material identificado.

h) Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, wmv, mpeg, vob;
- protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

i) Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do envelope 1. As peças que não se ajustem às dimensões do envelope 1 poderão ser dobradas.

j) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, sem

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

12.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: Deverá ser desenvolvida 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 em função da verba referencial indicada no Briefing.

II - Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação de peças apresentadas já prevista e com informações mínimas sobre:

- a) período de distribuição das peças e ou material;
- b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

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

12.4. A licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) O Plano deverá ser entregue em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- i) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) O Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação publicitária deverão ter até três páginas (cada seção);
- k) Ideia Criativa sem limites de páginas, contanto que sejam apresentadas o limite de 10 (dez) peças;
- l) Estratégia de Mídia e não-mídia sem limites de páginas;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

m) Sem identificação da licitante.

12.5. Em relação aos subitens 12.2.1 e 12.2.2, Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária, estes poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- I) poderão ser editados em cores;
- II) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- III) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4 e deverão ser impressas na orientação paisagem.

12.6. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subitem 12.2.4., Estratégia de Mídia e Não Mídia, poderão:

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

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

12.7. Os exemplos de peças integrantes do subitem 12.2.3., Ideia Criativa, poderão ser apresentados separadamente do caderno principal.

12.7.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do envelope nº 1, conforme já estabelecido anteriormente.

12.8. O Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do envelope nº 2.

12.9. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

12.10. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previstos.

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

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los.

12.12. Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

12.13. O Envelope 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

12.13.1. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.14. O Envelope 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope 2.

12.14.1. A **Capacidade de Atendimento** da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e 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 qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto do
- Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

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 Câmara sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Parágrafo Único: Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

12.14.2. O **Repertório** será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

12.14.2.1. 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 2020;

II- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

III- as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). 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 Câmara Municipal seja ou tenha sido signatário;

V- para cada peça e ou material previstos neste item, 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, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

12.14.2.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas, obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

Parágrafo Único: Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

12.14.3. 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

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

de problemas de comunicação planejadas e propostas elaboradas por ela e implementadas por seus clientes.

12.14.3.1. As propostas devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

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

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

12.14.3.4. 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.

12.14.3.5. 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, sem necessidade de reconhecimento de firma.

12.14.3.6. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas já determinado (duas páginas), independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

II- as peças gráficas poderão integrar o caderno específico já mencionado, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, 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.

13. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO:

13.1. No Envelope 4 deverá constar a Proposta de Preço, que deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo IX deste Edital, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a) à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- b) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS ESTADO DO RIO DE JANEIRO

meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65; e

e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexecutabilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado.

13.2. 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; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

13.3. Não será aceito desconto inferior a 40% (quarenta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro.

13.4. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso.

13.5. O percentual 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.

13.6. 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);

13.7. A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

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



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

13.9. 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 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro.

13.10. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação.

14. DA ABERTURA DOS ENVELOPES:

14.1. Os envelopes 1, 2, 3 e 4 serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelas licitantes presentes e após remetido para exame da Subcomissão.

14.2. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será transferida para o dia, local e hora a ser designado pela Comissão de Contratação.

14.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica NÃO poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

14.4. DA PRIMEIRA SESSÃO:

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

I) identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) em edital;

II) entrega dos envelopes 1, 2, 3 e 4;

III) rubricar, no fecho, os envelopes 2 e 4 que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão de Contratação, e separá-los dos envelopes 1 e 3;

IV) retirar e rubricar o conteúdo do envelope 1 e 3.

14.4.2. O não recebimento do Envelope 1, também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

14.4.3. Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

14.4.4. A Comissão de Contratação, antes da abertura do envelope 1, adotará medida para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitário.

14.4.5. Abertos os envelopes 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Contratação.

14.4.6. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos envelopes 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- a) suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação;
- b) encaminhamento pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos envelopes 1;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.
- d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos envelopes 3;
- e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

14.4.7. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada (por não atender às exigências do edital e anexos, obter pontuação zero em quaisquer quesitos da proposta técnica ou tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas), a 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, não se aplicando em casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes 2.

14.4.8. As planilhas 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 Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

14.5. DA SEGUNDA SESSÃO:

14.5.1. Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 1 e 3) respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) em edital;
- b) abertura do receptáculo contendo os envelopes 2 e 4;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

c) abertura e rubrica do conteúdo do envelope 2, cotejo das vias não identificadas (envelope 1) com as vias identificadas (envelope 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.

d) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.

e) executar o sorteio previsto em caso de empate.

Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

14.5.2. Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.

14.5.3. Havendo desistência expressa de todos os concorrentes, do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

14.6. DA TERCEIRA SESSÃO:

14.6.1. Decididos os recursos, ou ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – Envelope 4 das Licitantes classificadas.

14.6.2. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) em edital;

b) abertura dos envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes.

c) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação.

e) do julgamento das propostas caberá recurso.

14.7. DA QUARTA SESSÃO:

14.7.1. Decididos os recursos, ou ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – Envelope 5 das Licitantes classificadas.

14.7.2. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no edital;

b) recebimento e abertura dos envelopes 5, das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei 14.133/21 e exigências fixadas no Edital.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- c) caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão.
- d) do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, caberá recurso.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

15.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

15.2.1. Plano de Comunicação Publicitária) Raciocínio Básico (10 pontos) em relação à acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel da Câmara Municipal nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal com seus públicos;
- c) Das características da Câmara Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- f) Das necessidades de comunicação da Câmara Municipal para solucionar esse desafio.

II) Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos):

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal e a seu desafio de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

III) Ideia Criativa (20 pontos):

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

IV) Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos):

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

15.2.2. Capacidade de Atendimento (15 pontos)

- a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- b) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal;
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

15.2.3. Repertório (10 pontos):

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

15.2.4. Relatos de soluções de problemas de comunicação (10 pontos):

- a) A evidência de planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

c) A relevância dos resultados apresentados;

d) A concatenação lógica da exposição.

15.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

Quesitos/ Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Pontuação Máxima Total		100

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

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

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

15.7. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

15.8. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

15.9. Será desclassificada a Proposta que: 15.9.1. Não atender às exigências do Termo de Referência, deste Edital e de seus anexos; 15.9.2. Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica. 15.9.3. Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

16. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS:

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

16.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do Anexo correspondente ao Modelo de Proposta de Preços.

16.2. Os preços propostos serão 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.

16.3. As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

16.4. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

16.5. A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços da qual constarão os seguintes itens:

- a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;
- c) honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar esta com o desconto de agência;
- e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro – SINAPRO, a ser concedido pela agência à Câmara Municipal.

16.6. A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Câmara Municipal efetuará o pagamento no prazo de até 30 dias a contar do recebimento da nota fiscal.

16.7. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

17. DA CLASSIFICAÇÃO:

17.1. A Classificação se dará da seguinte forma:

- a. percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- b. percentual de honorários sobre o planejamento e a 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, com a intermediação e supervisões da agência:

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- c. percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência:

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- d. percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência:

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

10	14%
05	15%

- e. desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 60% ou acima de 60%
15	De 55% a 59%
12	De 50% a 54%
10	De 40% a 49%

17.2. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação.

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro

$$\text{NFPC} = \text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4} + \text{D5}$$

18. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS:

18.1. Será adotado o critério de julgamento de Técnica e Preço, por se tratar de contratação em que a qualidade técnica das propostas constitui fator essencial para assegurar a efetividade da comunicação institucional.

18.2. A nota final das licitantes será obtida a partir da ponderação entre:

I) Proposta Técnica (peso mínimo de 70%): análise da adequação do plano de trabalho ao Briefing institucional, da criatividade e inovação das soluções propostas, da consistência metodológica, do portfólio apresentado e da capacidade técnica da equipe;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

II) Proposta de Preço (peso máximo de 30%): avaliação da planilha de custos, contemplando remuneração da agência e valores de produção/veiculação em conformidade com a Lei nº 12.232/2010.

18.2.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

PF = (NFPT X 0,70) + (NFPP X 0,30), onde:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

18.3. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

a) Ideia Criativa;

b) Raciocínio Básico

c) Estratégia de Mídia e Não Mídia

18.4. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

18.5. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte.

18.5.1. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

18.6. Será considerada vencedora, a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

19. DA HABILITAÇÃO:

19.1. A habilitação se restringirá às exigências **indispensáveis ao cumprimento das obrigações contratuais**, em observância ao art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal e ao art. 67 da Lei nº 14.133/2021.

19.2. DA HABILITAÇÃO JURÍDICA:

19.2.1. Registro no Registro Público de Empresas Mercantis, em se tratando de Empresário Individual ou Sociedade Empresária;

19.2.2. Registro no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, em se tratando de Sociedade Simples;

19.2.3. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, no registro correspondente, em se tratando de Sociedades Comerciais por Ações;

19.2.4. Cópia da ata da assembléia geral ou da reunião do conselho de administração atinente à eleição e ao mandato dos atuais administradores, evidenciando o devido registro na junta comercial pertinente ou a publicação



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

prevista na Lei nº 6.404/76 e suas alterações, em se tratando de Sociedades Anônimas;

19.2.5. Cópia do decreto de autorização para que se estabeleçam no país e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, no caso de Empresas ou Sociedades Estrangeiras;

19.2.6. Inscrição do ato constitutivo, acompanhada de prova de diretoria em exercício, em se tratando de Sociedades Civis;

19.2.7. Documentos que indiquem os atuais responsáveis pela administração, salvo se já constarem no contrato social em vigor, no caso das demais sociedades.

19.3. DA DOCUMENTAÇÃO COMPROBATÓRIA DA REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:

19.3.1. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);

19.3.2. Certidão de Regularidade do FGTS (CRF).

19.3.3. Certidão Conjunta da Receita Federal e Dívida Ativa da União.

19.3.4. Certidões da Fazenda estadual e municipal pertinentes.

19.3.5. Declarações de cumprimento dos requisitos legais e de inexistência de impedimentos para licitar e contratar com o Poder Público.

19.4. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

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

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

19.4.1.2. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

19.4.2. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

19.4.2.1. O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

19.4.2.2. Se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS ESTADO DO RIO DE JANEIRO

cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

19.4.2.3. O balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

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

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

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

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

- a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) termo de abertura e encerramento;
- d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
- e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

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

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

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

a) do balanço referido no subitem 19.4.2, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1 (um)):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 19.4.3, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um ($>$ ou $= 1$ (um)):

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

19.4.5. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 19.4.4, serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

19.5. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

19.5.1. Comprovação de experiência em campanhas publicitárias de natureza semelhante, por meio de atestados de capacidade técnica emitidos por entes públicos ou privados.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

19.6. DA CERTIFICAÇÃO PROFISSIONAL:

19.6.1. Apresentação do **Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)**, requisito obrigatório previsto na Lei nº 12.232/2010.

19.7. DOS BENEFÍCIOS ÀS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE:

19.7.1. As microempresas ou empresas de pequeno porte que desejarem fazer uso dos benefícios da Lei Complementar 123/2006, deverão informar sua condição de ME-EPP no credenciamento através do formulário constante do Anexo VI.

19.7.2. A comprovação de regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de assinatura do contrato. No entanto, por ocasião da participação neste certame licitatório, deverão apresentar toda a documentação exigida para tanto, mesmo que esta apresente alguma restrição.

19.7.3. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal exigida neste Edital, será assegurado à microempresa ou empresa de pequeno porte adjudicatária deste certame o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do momento em que for declarada a vencedora, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração da Câmara Municipal de Petrópolis - RJ, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

19.7.4. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º do artigo 3º do citado dispositivo e que no ano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

19.7.5. A falta de regularização da documentação no prazo previsto neste Edital implicará a decadência do direito à contratação, conforme art. 90 da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo das sanções previstas nos art. 155 a 163 da Lei nº 14.133/2021, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes para celebrar a contratação, na ordem de classificação, ou revogar a licitação; e

Parágrafo único - Caso a microempresa ou empresa de pequeno porte não proceda da forma estabelecida no item anterior, interpretar-se-á como renúncia tácita aos benefícios da Lei Complementar 123/2006.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

20. DA EQUIPE DE APOIO AO AGENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica constituída através do Edital de Chamamento Público nº 01/2025, Processo Administrativo nº 634/2025.

20.2. A Equipe de Apoio ao Agente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter

competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei 14.133/2021.

21. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS:

21.1. No final da sessão, a licitante que quiser recorrer deverá manifestar imediata e motivadamente a sua intenção, abrindo-se então o prazo de 03 (três) dias úteis para apresentação de memoriais, ficando as demais licitantes desde logo intimadas a apresentarem contrarrazões em igual número de dias, que começarão a correr no término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos autos;

21.2. A ausência de manifestação imediata e motivada da licitante importará decadência do direito de recurso e, conseqüente, adjudicação do objeto do certame pelo Pregoeiro à(s) licitante(s) vencedora(s) com encaminhamento do processo à autoridade competente para a homologação;

21.3. Interposto o recurso, o Pregoeiro poderá reconsiderar a sua decisão ou mantê-la, encaminhando o feito devidamente instruído à autoridade jurídica competente para análise do caso;

21.4. O recurso terá efeito suspensivo e o seu acolhimento importará a invalidação dos atos insuscetíveis de aproveitamento;

21.5. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente adjudicará o objeto do certame à licitante vencedora e homologará o procedimento;

21.6. Decididos os recursos eventualmente interpostos ou decorrido o prazo recursal sem sua interposição, ou havendo renúncia expressa a esse direito, o julgamento da licitação será submetido à autoridade CONTRATANTE para homologação do procedimento, adjudicação de seu objeto à licitante vencedora e decisão quanto à contratação, publicando-se o resultado do julgamento.

22. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO:

22.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 29 deste Edital.

22.2. Será vencedora desta concorrência 01 (uma) Agência licitante que:

- a) tenha obtido maior pontuação, conforme o item 18.2;
- b) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

23. DA SUBCONTRATAÇÃO E DA GARANTIA CONTRATUAL

23.1. É vedada a subcontratação total do objeto.

23.2. Poderá ser admitida subcontratação parcial de serviços auxiliares, desde que vinculados à execução de planos de mídia e produção gráfica/audiovisual, respeitando os limites e condições estabelecidos no contrato.

23.3. A subcontratação parcial não eximirá a agência em manter a responsabilidade integral pela coordenação, supervisão e qualidade técnica das entregas.

23.4. Qualquer subcontratação deverá ser previamente autorizada pela Administração e formalizada em contrato.

23.5. Será exigida da contratada a prestação de **garantia contratual de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato**, na modalidade a ser escolhida pela contratada: caução em dinheiro; seguro-garantia; ou fiança bancária.

23.6. A garantia terá como finalidade assegurar a fiel execução do contrato, sendo devolvida à contratada após o término da vigência e atestada a plena execução contratual.

23.7. Ressalta-se que essa garantia **não se confunde com garantia técnica de produto**, mas constitui caução administrativa voltada à cobertura de riscos decorrentes da inexecução contratual.

24. DOS PREÇOS ESTIMADOS PELA ADMINISTRAÇÃO, DO PRAZO DO CONTRATO E DA POSSIBILIDADE DE PRORROGAÇÃO:

24.1. O orçamento disponível é de R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).

24.2. O prazo contratual será de **12 (doze) meses**, contados a partir da assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite legal estabelecido na legislação vigente, mediante interesse da Administração e vantajosidade para a Câmara.

24.2.1. Após a homologação do resultado da licitação, a vencedora será convocada para assinar o contrato no prazo máximo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data da convocação oficial expedida pela Administração;

24.2.2. Este prazo poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, mediante solicitação justificada da adjudicatária e desde que aceita pela Administração, conforme disposto no §1º do art. 90 da Lei 14.133/21;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

24.2.3. O não cumprimento do prazo estipulado para a assinatura do contrato, sem justificativa aceita pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, ensejando a aplicação das penalidades cabíveis, bem como a convocação das licitantes remanescentes, conforme disposto no §2º do art. 90 da Lei 14.133/21.

24.3. Em caso de prorrogação do contrato, o mesmo será reajustado a cada **12 (doze) meses**, contados da data da proposta, mediante aplicação de índice oficial do setor (ex.: **SINAPRO**), ou outro que venha a substituí-lo. Para os custos com terceiros, aplicar-se-á o valor praticado no mercado à época da execução, respeitado o limite orçamentário do contrato.

25. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

25.1. A contratação está devidamente adequada ao orçamento da Câmara Municipal de Petrópolis para o exercício financeiro correspondente.

25.2 - As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Petrópolis. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Programa de Trabalho: 01.00101.122.0102.2.010;

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00.00.

26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE:

26.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo VIII) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

27. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO:

27.1. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada pela Assessoria de Comunicação (ASCOM) da Câmara Municipal de Petrópolis, em conjunto com servidor(es) formalmente designado(s) pela Presidência.

27.2. Para tal finalidade serão designados:

I) **Gestor do Contrato**: responsável pela coordenação administrativa do ajuste, pela interlocução com a contratada e pela tramitação de documentos e processos de alteração, prorrogação, reequilíbrio ou encerramento contratual;

II) **Fiscal Técnico**: servidor da ASCOM, responsável pela análise técnica das entregas (campanhas, peças publicitárias e relatórios), conferindo aderência ao briefing, aos planos de mídia aprovados e às diretrizes institucionais;

III) **Fiscal Administrativo** (se designado): apoio ao controle de prazos, conferência de documentos fiscais, notas de empenho, liquidação e pagamentos.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

27.3. A gestão do contrato observará as seguintes rotinas:

27.3.1. Reuniões de alinhamento entre a ASCOM e a agência contratada, ordinariamente mensais ou extraordinárias quando necessário, para validação de cronogramas, peças e campanhas;

27.3.2. Relatórios periódicos da contratada, contendo métricas de alcance, engajamento e resultados das campanhas, entregues mensalmente;

27.3.3. Controle documental das entregas e ordens de serviço emitidas, mantido pela ASCOM para fins de auditoria e prestação de contas;

27.3.4. Registro formal de ocorrências, em livro ou sistema próprio, de eventuais falhas ou descumprimentos contratuais, para subsidiar aplicação de sanções, se necessário;

27.3.5. Avaliação técnica contínua, com emissão de pareceres sobre o recebimento provisório e definitivo de cada demanda.

27.4. Durante a execução contratual, a contratada deverá apresentar:

I) Plano de trabalho inicial, em conformidade com o **Briefing institucional**;

II) Relatórios mensais de execução das campanhas e resultados obtidos;

III) Relatórios de mídia e comprovação de veiculações, quando houver despesas com terceiros;

IV) Portfólio atualizado das peças executadas durante a vigência contratual;

VI) Documentos fiscais e comprovantes necessários à liquidação e pagamento.

27.5. Periodicidade de acompanhamento:

I) Fiscalização técnica: contínua, realizada a cada entrega (ordem de serviço ou campanha);

II) Reuniões de acompanhamento: ordinárias mensais, podendo haver reuniões extraordinárias;

III) Relatórios de desempenho: mensais, apresentados pela agência e validados pela ASCOM;

IV) Avaliação geral do contrato: semestral, com consolidação dos resultados obtidos frente aos objetivos institucionais.

28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO:

28.1. O pagamento será efetuado em **parcela mensal**, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura pela contratada, acompanhada de relatório técnico aprovado pela ASCOM.

28.2. As despesas com **terceiros (veiculação de mídia, produção gráfica, audiovisual, etc.)** deverão ser previamente autorizadas e comprovadas mediante apresentação de documentação fiscal correspondente, com percentual de remuneração da agência aplicado nos termos da Lei nº 12.232/2010.

28.3. Os pagamentos serão feitos no nome do vencedor, mediante cheque, ordem bancária e/ou TED, em conta por ele indicada, ou por meio de ordem para pagamento de faturas com código de barras, satisfeitas as condições do

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Edital, até 30 (trinta) dias da data de protocolização do requerimento, mediante apresentação, aceitação e atesto do Gestor do Contrato nos documentos hábeis de cobrança e a apresentação da documentação obrigatória do item 19.3, devidamente atualizada.

28.4. Os pagamentos mediante a emissão de qualquer modalidade de ordem bancária serão realizados desde que a licitante vencedora efetue cobrança de forma a permitir o cumprimento das exigências legais, principalmente no que se refere às retenções tributárias.

28.5. Para execução dos pagamentos de que tratam os subitens 28.1 e 28.2, a licitante vencedora deverá fazer constar da Nota Fiscal correspondente, em nome da Câmara Municipal de Petrópolis, CNPJ nº 30.624.696/0001-98, o nome do Banco, o número de Conta Bancária e a respectiva Agência, bem como o objeto contratado de forma detalhada.

28.6. O Documento Fiscal correspondente deverá ser entregue pela licitante vencedora, diretamente ao Gestor e/ou Fiscal do Contrato, acompanhado de todos os documentos obrigatórios do subitem 19.3 deste Edital, que atestará a referida Nota Fiscal, para pagamento, quando cumpridas, pelo mesmo, todas as condições pactuadas.

28.7. Havendo erro no documento fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, aquela será devolvida à licitante vencedora e o pagamento ficará pendente até que o mesmo providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal não acarretando qualquer ônus para a Câmara Municipal de Petrópolis - RJ.

28.8. Quaisquer alterações nos dados bancários, deverão ser comunicadas à Câmara Municipal de Petrópolis - RJ, por meio de Carta, ficando sob inteira responsabilidade da licitante vencedora os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

28.9. Os pagamentos efetuados pela Câmara Municipal de Petrópolis - RJ não isentam a licitante vencedora de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

28.10. Se ocorrer atrasos nos pagamentos, a Administração ficará sujeita a pagar 1% (um por cento) de juros ao mês, pro-rata dia, limitados ao total de 10% (dez por cento) e sujeita ainda, a uma penalização de 1% (um por cento) sobre o total da parcela em atraso.

28.11. GLOSA: Fica prevista a possibilidade de **glosa parcial ou total** de pagamentos quando:

- I) Houver descumprimento parcial das obrigações contratuais;
- II) As entregas não atenderem ao briefing ou apresentarem desconformidade técnica;
- III) Os prazos não forem observados, sem justificativa aceita pela Administração.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

28.11.1. A glosa terá natureza **acautelatória**, não configurando sanção, e poderá ser revertida caso a contratada comprove a regularização da obrigação.

29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS:

29.1. No caso de descumprimento total ou parcial das condições elencadas no Termo de Referência, a Câmara Municipal de Petrópolis, sem prejuízo das perdas e danos e das multas cabíveis, nos termos da lei civil, aplicará à CONTRATADA, conforme o caso, as penalidades previstas nos artigos 155 a 163 da Lei Federal nº 14.133/21, e especificamente à:

29.1.1. A inexecução dos serviços, total ou parcial, a execução imperfeita, a mora na execução ou qualquer impedimento ou infração contratual, sujeitará o contratado, sem prejuízo da responsabilidade civil ou criminal que couber, às seguintes penalidades, que deverá(ão) ser graduada(s) de acordo com a natureza e a gravidade da infração:

- a) advertência;
- b) multa administrativa;
- c) suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública;
- d) declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública.

29.2. A sanção administrativa deve ser determinada de acordo com a natureza e a gravidade da falta cometida.

29.3. Em qualquer hipótese de aplicação de sanções administrativas, assegurar-se-á o direito ao contraditório e à ampla defesa.

30. DISPOSIÇÕES FINAIS:

30.1. A Câmara Municipal de Petrópolis poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo Contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à licitante vencedora o contraditório e a ampla defesa quando este:

- a) vier a ser atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvido em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e as quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais e que contrariem as condições estabelecidas pela Câmara Municipal de Petrópolis; e
- e) na hipótese de ser anulada a adjudicação em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

30.2. A licitação poderá ser revogada por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulada por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito devidamente fundamentado.

30.3. A apresentação da proposta implica para o licitante a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, bem como a integral e incondicional aceitação de todos os termos e condições deste Edital, sendo responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

30.4. Havendo indícios de conluio entre os licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Câmara Municipal de Petrópolis encaminhará expediente ao Ministério Público, para as providências devidas.

30.5. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas previstas na Lei nº 14.133/2021.

30.6. Ao Pregoeiro ou à autoridade superior, será permitida em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a, esclarecer ou complementar, a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documentos ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação e das Propostas de Preços.

30.7. Fica assegurado à Câmara Municipal de Petrópolis o direito de no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, na forma da legislação vigente.

30.8. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Câmara Municipal de Petrópolis não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

30.9. Os licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

30.10. Após apresentação da proposta, não caberá desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo pregoeiro.

30.11. Nenhuma modificação poderá ser feita quanto às especificações dos objetos constantes no Termo de Referência, sem autorização expressa da FISCALIZAÇÃO.

30.12. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente.

30.13. As questões decorrentes da execução deste Edital, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão julgadas no Foro da cidade de Petrópolis, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

30.14. Este Edital poderá ser retirado por qualquer pessoa interessada, na sede da Câmara Municipal de Petrópolis, Praça Visconde de Mauá, nº 89 – Centro – Petrópolis – RJ, ou pelo e-mail: licitacao@cmpleg.com.br ou ainda no portal da transparência através do site www.petropolis.rj.leg.br.

30.15. Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas na interpretação do presente Edital e seus Anexos deverá ser encaminhado, por escrito, ao pregoeiro, na sede da Câmara Municipal de Petrópolis, sito na Praça Visconde de Mauá, nº 89 – Centro – Petrópolis – RJ – CEP 25685-380, ou através do e-mail: licitacao@cmpleg.com.br em até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para o recebimento das propostas, conforme art. 164 da Lei nº 14.133/2021.

30.16. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à execução do objeto licitado

30.17. Aos casos omissos aplicar-se-ão as demais disposições constantes na Lei Federal nº 14.133/2021 suas alterações e as demais normas pertinentes a matéria.

31 - DOS ANEXOS QUE INTEGRAM ESTE EDITAL:

Anexo I – Termo de Referência;

Anexo II – Briefing;

Anexo III - Procuração;

Anexo IV – Declaração de Habilitação para Credenciamento;

Anexo V – Declaração de Inexistência de Menor Trabalhador e Cumprimento Reserva de Vagas para Pessoas com Deficiência Reabilitado;

Anexo VI – Declaração de ME, EPP, MEI;

Anexo VII – Declaração de Pleno Atendimento aos Requisitos de Habilitação;

Anexo VIII – Minuta do Contrato;

Anexo IX – Modelo de Proposta de Preço.

Petrópolis, 09 de janeiro de 2026.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº001/2026

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1 Objeto e Natureza

O presente Termo de Referência tem por objeto a **contratação de agência de publicidade** para a prestação de serviços técnicos especializados de estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e desenvolvimento de peças e campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social, em consonância com a **Lei nº 12.232/2010**.

A natureza do serviço é **intelectual e contínua**, voltada ao fortalecimento da comunicação institucional da Câmara Municipal de Petrópolis, promovendo transparência, cidadania ativa, acesso à informação e modernização da imagem do Poder Legislativo.

1.2 Quantitativo

Trata-se de contratação **global** de 01 (uma) agência de publicidade, responsável por atender integralmente às demandas comunicacionais da Câmara, conforme plano anual de comunicação aprovado em conjunto com a Assessoria de Comunicação (ASCOM).

Os serviços serão prestados **sob demanda**, conforme ordens de serviço emitidas pela contratante, sendo inaplicável a fixação de quantitativos prévios por se tratar de atividade de natureza intelectual.

1.3 Prazo do Contrato e Prorrogação

O prazo contratual será de **12 (doze) meses**, contados a partir da assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite legal estabelecido na legislação vigente, mediante interesse da Administração e vantajosidade para a Câmara.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1.4 Locais de Entrega e Regras de Recebimento

- As peças e campanhas deverão ser entregues **em formato digital** e/ou físico, conforme a natureza da demanda (impressos, vídeos, áudios, postagens em redes sociais, etc.).
- O **recebimento provisório** ocorrerá no ato da entrega, condicionado à conferência pela ASCOM.
- O **recebimento definitivo** dar-se-á após a análise técnica, aprovação expressa e verificação da conformidade com o briefing e com os objetivos definidos.

1.5 Garantia e Assistência Técnica

Por se tratar de serviços de publicidade, não se aplicam garantias físicas de bens. Contudo, a agência contratada deverá garantir:

- **Suporte técnico permanente** durante a vigência contratual, assegurando revisões, ajustes e atualizações de peças e planos de mídia, sem custo adicional;
- **Acompanhamento contínuo** dos resultados das campanhas, com entrega de relatórios periódicos e propostas de melhoria.

1.6 Qualidade, Compatibilidade, Durabilidade e Segurança

A execução dos serviços deverá observar padrões de qualidade técnica estabelecidos no mercado publicitário e nas normas aplicáveis (ABNT, formatos digitais e de acessibilidade).

Deverá ainda garantir:

- Compatibilidade com diversos meios de comunicação (TV, rádio, internet, redes sociais, impressos);
- Durabilidade do conteúdo, assegurando relevância e aplicabilidade ao longo de todo o ciclo de comunicação;
- Segurança e integridade jurídica, observando estritamente os princípios da **imessoalidade, legalidade, moralidade, economicidade e publicidade**.

1.7 Parcelamento da Contratação

Não é recomendável o parcelamento, tendo em vista a **indivisibilidade técnica da solução**, que exige a integração das etapas de planejamento, criação, execução e análise por uma mesma agência. O fracionamento comprometeria a unidade conceitual das campanhas, a identidade institucional e a eficiência operacional.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

A Câmara Municipal de Petrópolis, por intermédio de sua Assessoria de Comunicação (ASCOM), identificou a necessidade de aprimorar sua comunicação institucional, de modo a



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

garantir maior efetividade na divulgação de informações de interesse público e fortalecer a transparência legislativa.

Atualmente, a comunicação é realizada majoritariamente por equipe interna que, apesar da dedicação e competência, enfrenta limitações técnicas e operacionais frente ao crescimento das demandas, à diversificação dos meios de comunicação e à necessidade de adoção de novas tecnologias digitais.

A modernização da comunicação pública é medida indispensável para assegurar o cumprimento dos princípios constitucionais da **publicidade, transparência e acesso à informação**, previstos no art. 37 da Constituição Federal. Trata-se de ação que impacta diretamente o direito da população de ser informada sobre os atos do Poder Legislativo, promovendo cidadania ativa e participação social.

O objeto da contratação — **serviços técnicos especializados de publicidade** — visa atender a necessidades permanentes da Câmara, tais como:

- **Planejamento estratégico** de campanhas institucionais e informativas;
- **Criação e produção** de peças publicitárias multicanais (TV, rádio, internet, impressos e redes sociais);
- **Gestão de conteúdo digital**, ampliando alcance e interação com a sociedade;
- **Apoio técnico-operacional** à ASCOM, permitindo maior previsibilidade, profissionalização e padronização das ações de comunicação;
- **Acompanhamento e mensuração de resultados**, garantindo eficiência, qualidade e aderência às metas institucionais.

Foram avaliadas alternativas como:

- a) contratação pontual de serviços isolados (gráficas, *freelancers*, produtoras);
- b) ampliação da estrutura interna da ASCOM;
- c) contratação de agência de publicidade por meio da **Lei nº 12.232/2010**.

A alternativa considerada mais eficiente, econômica e tecnicamente adequada é a **contratação de uma agência de publicidade**, pois:

- garante **atendimento integrado e multicanal**, com equipe multidisciplinar;
- oferece **planejamento estratégico e identidade visual padronizada**, reduzindo fragmentação;
- proporciona **melhor custo-benefício**, centralizando em um único contrato serviços que, se contratados separadamente, seriam mais onerosos e desarticulados;
- assegura **flexibilidade e agilidade operacional**, com execução sob demanda conforme necessidades da ASCOM;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- **permite controle de qualidade e mensuração de resultados**, condição essencial para a efetividade da comunicação pública.

Assim, a contratação de agência de publicidade é a solução que melhor atende ao interesse público, por possibilitar a ampliação do alcance, a valorização institucional do Poder Legislativo e a modernização das práticas comunicacionais da Câmara Municipal de Petrópolis.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1 Descrição da Solução

A solução proposta consiste na **contratação de agência de publicidade**, nos termos da **Lei nº 12.232/2010**, para execução integrada de serviços técnicos especializados de comunicação institucional, compreendendo:

- **Estudo, planejamento e conceituação** de campanhas e peças publicitárias;
- **Criação, produção e execução** de materiais em mídias digitais, impressas, televisivas e radiofônicas;
- **Programação visual e desenvolvimento de conteúdo multimídia**, incluindo vídeos, áudios, transmissões ao vivo, *podcasts*, animações e infográficos;
- **Execução e acompanhamento de planos de mídia**, com análise de desempenho e relatórios periódicos;
- **Intermediação e supervisão técnica** de serviços gráficos, audiovisuais e de veiculação em terceiros;
- **Adoção de estratégias inovadoras** de marketing digital e comunicação interativa, assegurando a modernização da imagem institucional e maior engajamento com a sociedade.

3.2 Ciclo de Vida do Objeto

O ciclo de vida do contrato compreende:

1. **Desenvolvimento da solução**
 - Elaboração de briefings em conjunto com a ASCOM;
 - Definição de estratégias, conceitos criativos e planos de mídia;
 - Aprovação de peças e campanhas pela contratante.
2. **Obtenção de insumos e produção**
 - Utilização de recursos tecnológicos e materiais gráficos;
 - Contratação eventual de terceiros (gráficas, produtoras, veículos de mídia), sob supervisão da agência;
 - Preferência pelo uso de insumos sustentáveis (papel reciclado, tintas ecológicas, formatos digitais).
3. **Execução e consumo**



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- Veiculação das campanhas nos diversos meios;
- Divulgação de informações oficiais e educativas;
- Entrega de relatórios de desempenho e métricas de engajamento.

4. Disposição final e sustentabilidade

- Gestão adequada de resíduos gráficos e promocionais;
- Adoção de logística reversa sempre que aplicável;
- Priorização de campanhas digitais para reduzir impactos ambientais;
- Registro documental das ações de mitigação ambiental e de reaproveitamento de materiais.

3.3 Especificações Técnicas do Serviço

A agência contratada deverá atender aos seguintes requisitos mínimos:

- **Equipe multidisciplinar** composta por profissionais de planejamento, mídia, criação, redação, design e produção audiovisual;
- **Capacidade comprovada de execução multicanal**, incluindo mídias tradicionais e digitais;
- **Atendimento às normas técnicas da ABNT**, especialmente em relação a qualidade gráfica, acessibilidade audiovisual e padrões digitais (resolução, formatos e compatibilidade entre plataformas);
- **Apresentação de plano de trabalho inicial detalhado**, contendo estratégias de comunicação, cronograma e métricas de avaliação;
- **Flexibilidade operacional** para atendimento sob demanda e em prazos variados;
- **Compromisso com a transparência**, incluindo aprovação prévia de peças e relatórios mensais de desempenho.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1 Requisitos Gerais

A presente contratação tem por objeto a **prestação de serviços técnicos especializados de publicidade institucional**, nos termos da **Lei nº 12.232/2010** e da **Lei nº 14.133/2021**, visando ao fortalecimento da comunicação pública da Câmara Municipal de Petrópolis.

Para o adequado cumprimento do objeto, a contratada deverá dispor de:

- **Estrutura técnica e operacional** compatível com as atividades demandadas, incluindo equipe multidisciplinar composta por profissionais de criação, redação, planejamento, mídia e produção audiovisual;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- **Capacidade comprovada** para execução de campanhas multicanais (TV, rádio, internet, redes sociais e mídia impressa);
- **Experiência prévia em comunicação pública**, comprovada por meio de atestados ou portfólio técnico;
- **Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)**, conforme exigido pela legislação aplicável.

4.2 Exigência de Amostras

Não será exigida a apresentação de amostras físicas, por se tratar de serviço de natureza intelectual. Entretanto, como parte da **proposta técnica**, será exigida a apresentação de **portfólio e plano de trabalho**, em conformidade com o **Briefing (Anexo I)**, contendo:

- Estrutura metodológica de planejamento e execução;
- Exemplos de peças ou campanhas já realizadas em contratos similares;
- Demonstração da capacidade criativa e técnica da equipe;
- Adequação das soluções propostas aos objetivos e desafios comunicacionais estabelecidos no Briefing.

Caso a Comissão de Licitação entenda necessário, poderá ser solicitada a apresentação de **peças fictícias (specads)**, também vinculadas ao Briefing, durante a fase de julgamento técnico, com critérios objetivos de avaliação previamente definidos no edital.

4.3 Subcontratação

- É vedada a **subcontratação total** do objeto.
- Poderá ser admitida **subcontratação parcial** de serviços auxiliares, desde que vinculados à execução de planos de mídia e produção gráfica/audiovisual, respeitando os limites e condições estabelecidos no contrato.
- A subcontratação parcial não eximirá a agência em manter a responsabilidade integral pela coordenação, supervisão e qualidade técnica das entregas.
- Qualquer subcontratação deverá ser previamente autorizada pela Administração e formalizada em contrato.

4.4 Garantia Contratual

Será exigida da contratada a prestação de **garantia contratual de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato**, na modalidade a ser escolhida pela contratada: caução em dinheiro; seguro-garantia; ou fiança bancária.

A garantia terá como finalidade assegurar a fiel execução do contrato, sendo devolvida à contratada após o término da vigência e atestada a plena execução contratual.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Ressalta-se que essa garantia **não se confunde com garantia técnica de produto**, mas constitui caução administrativa voltada à cobertura de riscos decorrentes da inexecução contratual.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1 Início da Vigência

O contrato passará a vigorar **a partir da data de sua assinatura**, produzindo efeitos imediatos para a execução dos serviços de publicidade institucional.

5.2 Dinâmica de Execução

A execução se dará de forma **contínua e sob demanda**, em conformidade com os briefings elaborados em conjunto pela Assessoria de Comunicação (ASCOM) e agência contratada e, posteriormente, aprovados pela ASCOM.

Cada solicitação será formalizada por **ordem de serviço ou plano de mídia específico**, contendo: escopo da campanha ou peça; prazos de execução; formato e canais de veiculação; métricas de avaliação.

5.3 Prazos de Entrega e Recebimento

- **Recebimento Provisório:** ocorrerá no ato da entrega das peças ou campanhas, mediante conferência técnica pela ASCOM.
- **Recebimento Definitivo:** será efetivado após a análise e aprovação da conformidade com o briefing e as especificações definidas, mediante emissão de termo de aceite.
- O prazo para manifestação sobre o recebimento definitivo será de até **10 (dez) dias úteis** após a entrega, prorrogável em caso de necessidade justificada de ajustes.

5.4 Local de Entrega e Prestação

- As entregas de materiais digitais deverão ser realizadas em **plataformas eletrônicas** definidas pela Câmara (e-mail institucional, repositório compartilhado ou outro meio seguro).
- Os materiais gráficos, quando necessários, deverão ser entregues na **sede da Câmara Municipal de Petrópolis – Palácio Amarelo**.
- Serviços de cobertura de eventos, transmissões ao vivo e fotografia ocorrerão **nas dependências da Câmara** ou em locais previamente definidos, de acordo com a agenda institucional.

5.5 Regime de Execução



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Considerando a natureza do objeto (serviços de publicidade), adota-se o regime de **empreitada por preço global**, nos termos do art. 6º, inciso VIII, alínea “b”, da Lei nº 14.133/2021, em consonância com a **Lei nº 12.232/2010**.

5.6 Validade do Contrato

O prazo de vigência do contrato será de **12 (doze) meses**, prorrogável por iguais e sucessivos períodos, até o limite legal permitido, mediante interesse da Administração e vantagem para a Câmara.

5.7 Monitoramento e Avaliação

A contratada deverá apresentar **relatórios mensais de desempenho**, contendo métricas de alcance, engajamento e resultados das campanhas, para subsidiar a avaliação técnica da ASCOM.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

6.1 Gestão e Fiscalização

A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada pela **Assessoria de Comunicação (ASCOM)** da Câmara Municipal de Petrópolis, em conjunto com servidor(es) formalmente designado(s) pela Presidência.

Serão designados:

- **Gestor do Contrato:** responsável pela coordenação administrativa do ajuste, pela interlocução com a contratada e pela tramitação de documentos e processos de alteração, prorrogação, reequilíbrio ou encerramento contratual;
- **Fiscal Técnico:** servidor da ASCOM, responsável pela análise técnica das entregas (campanhas, peças publicitárias e relatórios), conferindo aderência ao briefing, aos planos de mídia aprovados e às diretrizes institucionais;
- **Fiscal Administrativo** (se designado): apoio ao controle de prazos, conferência de documentos fiscais, notas de empenho, liquidação e pagamentos.

6.2 Forma de Acompanhamento

A gestão do contrato observará as seguintes rotinas:

1. **Reuniões de alinhamento** entre a ASCOM e a agência contratada, ordinariamente mensais ou extraordinárias quando necessário, para validação de cronogramas, peças e campanhas;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

2. **Relatórios periódicos da contratada**, contendo métricas de alcance, engajamento e resultados das campanhas, entregues mensalmente;
3. **Controle documental** das entregas e ordens de serviço emitidas, mantido pela ASCOM para fins de auditoria e prestação de contas;
4. **Registro formal de ocorrências**, em livro ou sistema próprio, de eventuais falhas ou descumprimentos contratuais, para subsidiar aplicação de sanções, se necessário;
5. **Avaliação técnica contínua**, com emissão de pareceres sobre o recebimento provisório e definitivo de cada demanda.

6.3 Documentos Exigidos da Contratada

Durante a execução contratual, a contratada deverá apresentar:

- Plano de trabalho inicial, em conformidade com o **Briefing institucional**;
- Relatórios mensais de execução das campanhas e resultados obtidos;
- Relatórios de mídia e comprovação de veiculações, quando houver despesas com terceiros;
- Portfólio atualizado das peças executadas durante a vigência contratual;
- Documentos fiscais e comprovantes necessários à liquidação e pagamento.

6.4 Periodicidade de Acompanhamento

- **Fiscalização técnica**: contínua, realizada a cada entrega (ordem de serviço ou campanha);
- **Reuniões de acompanhamento**: ordinárias mensais, podendo haver reuniões extraordinárias;
- **Relatórios de desempenho**: mensais, apresentados pela agência e validados pela ASCOM;
- **Avaliação geral do contrato**: semestral, com consolidação dos resultados obtidos frente aos objetivos institucionais.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

7.1 Critérios de Medição

A execução dos serviços será medida **mensalmente**, a partir de:

- **Ordens de Serviço** emitidas pela ASCOM, contendo escopo, prazo e entregáveis;
- **Relatórios mensais de execução**, apresentados pela contratada, com comprovação da entrega das peças, campanhas e veiculações, bem como relatórios de mídia quando houver contratação de terceiros;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- **Avaliação técnica da ASCOM**, atestando a conformidade das entregas em relação ao briefing institucional, ao plano de mídia aprovado e aos objetivos definidos no contrato;
- **Indicadores de desempenho**, definidos no ETP, como cumprimento de cronogramas, alcance de campanhas digitais, satisfação da ASCOM e entrega dos relatórios.

A medição será realizada com base nos **resultados efetivamente entregues e aceitos** pela Câmara, configurando condição para emissão do recebimento provisório e, posteriormente, definitivo.

7.2 Critérios de Pagamento

- O pagamento será efetuado em **parcela mensal**, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura pela contratada, acompanhada de relatório técnico aprovado pela ASCOM.
- As despesas com **terceiros (veiculação de mídia, produção gráfica, audiovisual, etc.)** deverão ser previamente autorizadas e comprovadas mediante apresentação de documentação fiscal correspondente, com percentual de remuneração da agência aplicado nos termos da Lei nº 12.232/2010.
- O prazo para pagamento será de até **30 (trinta) dias corridos** após a liquidação da despesa, conforme art. 141 da Lei nº 14.133/2021.

7.3 Reajuste

O contrato será reajustado a cada **12 (doze) meses**, contados da data da proposta, mediante aplicação de índice oficial do setor (ex.: **SINAPRO**), ou outro que venha a substituí-lo. Para os custos com terceiros, aplicar-se-á o valor praticado no mercado à época da execução, respeitado o limite orçamentário do contrato.

7.4 Glosa (Retenção de Pagamentos)

Fica prevista a possibilidade de **glosa parcial ou total** de pagamentos quando: houver descumprimento parcial das obrigações contratuais; as entregas não atenderem ao briefing ou apresentarem desconformidade técnica; os prazos não forem observados, sem justificativa aceita pela Administração.

A glosa terá natureza **acautelatória**, não configurando sanção, e poderá ser revertida caso a contratada comprove a regularização da obrigação.

7.5 Condicionantes

- O pagamento estará condicionado à regularidade fiscal e trabalhista da contratada, nos termos da legislação vigente;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- A liquidação da despesa dependerá do **atesto do fiscal técnico e do gestor do contrato**, em conjunto, como garantia da conformidade da execução.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1 Modalidade e Forma de Disputa

O fornecedor será selecionado por meio de **licitação na modalidade Concorrência**, em conformidade com a **Lei nº 12.232/2010** (que disciplina a contratação de serviços publicitários pela Administração Pública) e com a **Lei nº 14.133/2021** (nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos).

A disputa será realizada sob a forma **Presencial**, conforme definido no edital, garantindo-se ampla participação e observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, isonomia, moralidade, publicidade e eficiência.

8.2 Critério de Julgamento – Técnica e Preço

Será adotado o **critério de julgamento de Técnica e Preço**, por se tratar de contratação em que a **qualidade técnica** das propostas constitui fator essencial para assegurar a efetividade da comunicação institucional.

A nota final das licitantes será obtida a partir da ponderação entre:

- **Proposta Técnica (peso mínimo de 70%)**: análise da adequação do plano de trabalho ao **Briefing institucional**, da criatividade e inovação das soluções propostas, da consistência metodológica, do portfólio apresentado e da capacidade técnica da equipe;
- **Proposta de Preço (peso máximo de 30%)**: avaliação da planilha de custos, contemplando remuneração da agência e valores de produção/veiculação em conformidade com a Lei nº 12.232/2010.

O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e outros aspectos pertinentes.

Para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações, o edital deverá fixar o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos já elaborados para outros clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças.

O plano de comunicação publicitária a ser entregue será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Petrópolis, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

As propostas de preços deverão ser apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela Câmara Municipal de Petrópolis, sem nenhum tipo de identificação.

8.3 Dos Envelopes

Os licitantes deverão preparar 4 envelopes, contendo os documentos da proposta Técnica e proposta de Preços, observadas as recomendações abaixo:

O Envelope 1 deverá contar o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**.

É obrigatório o uso do invólucro padronizado fornecido pela Câmara Municipal de Petrópolis.

O invólucro padronizado deverá ser retirado pela agência interessada no horário das 9h às 17h, no Palácio Amarelo, endereço Praça da Águia, 89 – Petrópolis/RJ.

O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

O Envelope 1 deverá estar sem fechamento, sem rubrica ou qualquer tipo de identificação, como marcas, sinais, etiquetas ou elemento que possibilite a identificação da licitante;

O Envelope 1 não pode estar danificado ou dobrado, de maneira que deforme as peças, materiais e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

No **Envelope 2** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, que conterá o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

O Envelope 2 deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

O Envelope 2 tampouco poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope 1) e possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura deste envelope. Deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 2

CONCORRÊNCIA Nº XXX /2025

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

Denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

Já no **Envelope 3** deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento**, o **Repertório** e os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.

O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

O Envelope 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope 1) que possibilite a identificação da autoria deste. Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3

CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

A **proposta de Preços** deverá ser entregue acondicionada no **Envelope 4**. O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Lembrando que o Envelope 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope 1) e possibilite a identificação da autoria deste.

O Envelope 4 deverá ter a seguinte identificação:

ENVELOPE 4

CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025

PROPOSTA DE PREÇO

Denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

8.4 Do Conteúdo Dos Envelopes

O Envelope 1 - PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário, sem a identificação da licitante com os respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças e impressos em layouts, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir:

Plano de Comunicação Publicitária – será constituído por caderno específico composto dos subquestitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing e nas orientações do Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

Raciocínio Básico: Será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CÂMARA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

Estratégia de Comunicação Publicitária: Será 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 relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

- Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de Petrópolis.
- Explicitará e defenderá os 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.

Ideia Criativa: A licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Todas as peças e ou materiais 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.

A relação das peças deverá ser apresentada em dois blocos, sendo que no primeiro bloco, deverão ser relacionadas as peças corporificadas, limitadas a 10 (dez) peças e no segundo bloco, as peças não corporificadas, sem número limitado de peças.

Da relação de peças e ou materiais, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos 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 – Ser 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* ou *storyboard* impresso, 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, observando as seguintes regras:

- Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;
- Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablet, assim como painéis sequenciais de mídia exterior ou carrossel para redes sociais) 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;
- Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

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

Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar posteriormente o cotejo com o material identificado.

Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- a) storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;
- b) protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- c) protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do envelope 1. As peças que não se ajustem às dimensões do envelope 1 poderão ser dobradas.

As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, sem suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

Estratégia de Mídia e Não Mídia: Deverá ser desenvolvida 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 em função da verba referencial indicada no Briefing.

II - Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação de peças apresentadas já prevista e com informações mínimas sobre:

- a) período de distribuição das peças e ou material;
- b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

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

A licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- O Plano deverá ser entregue em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato;
- Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- O Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação publicitária deverão ter até três páginas (cada seção)
- Ideia Criativa sem limites de páginas, contanto que sejam apresentadas o limite de 10 (dez) peças;
- Estratégia de Mídia e não-mídia sem limites de páginas;
- Sem identificação da licitante.

Em relação aos os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária, estes poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

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

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4 e deverão ser impressas na orientação paisagem.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

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

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

Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa poderão ser apresentados separadamente do caderno principal.

Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, conforme já estabelecido anteriormente.

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previstos.

Além disso, a simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia,



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los. Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

O Envelope 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação de publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

O Envelope 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope 2.

a. A **Capacidade de Atendimento** da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e 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 qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto do Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara.

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;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

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 Câmara sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

b) O **Repertório** será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

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 2020;

II- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

III- as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). 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 Câmara Municipal seja ou tenha sido signatário;

V- para cada peça e ou material previstos neste item, 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, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas, obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

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

c) 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.

As propostas devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista.

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

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, sem necessidade de reconhecimento de firma.

Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas já determinado (duas páginas), independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

II- as peças gráficas poderão integrar o caderno específico já mencionado, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, 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.

No Envelope 4 deverá constar a Proposta de Preço, que deverá ser elaborada conforme modelo constante nos anexos do edital, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a) à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- b) o 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;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65; e

e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

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; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

II – Não será aceito desconto inferior a 40% (quarenta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro;

III - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV - O percentual 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);

A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

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

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 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro.

O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

8.5 Da Abertura Dos Envelopes:

Os envelopes 1, 2, 3 e 4 serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelas licitantes presentes e após remetido para exame da Subcomissão.

Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será transferida para o dia, local e hora a ser designado pela Comissão de Contratação.

Os integrantes da Subcomissão Técnica NÃO poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

8.5.1 A PRIMEIRA SESSÃO:

Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial: identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) em edital; entrega dos envelopes 1, 2, 3 e 4; rubricar, no fecho, os envelopes 2 e 4 que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão de Contratação, e separá-los dos envelopes 1 e 3; retirar e rubricar o conteúdo do envelope 1 e 3.

O não recebimento do Envelope 1, também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante. Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

A Comissão de Contratação, antes da abertura do envelope 1, adotará medida para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitário.

Abertos os envelopes 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Contratação.

A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos envelopes 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

- a) suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação;
- b) encaminhamento pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos envelopes 1;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.
- d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos envelopes 3;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

Se alguma Proposta Técnica for desclassificada (por não atender às exigências do edital e anexos, obter pontuação zero em quaisquer quesitos da proposta técnica ou tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas), a 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, não se aplicando em casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes 2.

As planilhas 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 Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

8.5.2 SEGUNDA SESSÃO:

Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 1 e 3) respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) em edital;
- b) abertura do receptáculo contendo os envelopes 2 e 4;
- c) abertura e rubrica do conteúdo do envelope 2, cotejo das vias não identificadas (envelope 1) com as vias identificadas (envelope 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- d) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.
- e) executar o sorteio previsto em caso de empate.

Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Havendo desistência expressa de todos os concorrentes, do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

8.5.3 TERCEIRA SESSÃO:

Decididos os recursos, ou ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – Envelope 4 das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) em edital;
- b) abertura dos envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes.
- c) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação.
- e) do julgamento das propostas caberá recurso.

8.5.4 QUARTA SESSÃO:

Decididos os recursos, ou ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – Envelope 5 das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no edital;
- b) recebimento e abertura dos envelopes 5, das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei 14.133/21 e exigências fixadas no Edital.
- c) caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão.
- d) do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, caberá recurso.

8.6 Julgamento Das Propostas:

A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

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

1. Plano de Comunicação Publicitária

1.1 Raciocínio Básico (10 pontos) em relação à acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel da Câmara Municipal nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal com seus públicos;
- c) Das características da Câmara Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- f) Das necessidades de comunicação da Câmara Municipal para solucionar esse desafio.

1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos):

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal e a seu desafio de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

1.3. Ideia Criativa (20 pontos)

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

2. Capacidade de Atendimento (15 pontos)

- a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- b) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal;
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

regularmente à disposição da Câmara Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

3. Repertório (10 pontos)

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

4. Relatos de soluções de problemas de comunicação (10 pontos)

- a) A evidência de planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) A relevância dos resultados apresentados;
- d) A concatenação lógica da exposição.

A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

Quesitos/ Subquesitos	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária	65
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação Máxima Total	100

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

A Subcomissão 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

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

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

A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica.
- c) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

A Proposta de Preços deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do Anexo correspondente ao Modelo de Proposta de Preços.

Os preços propostos serão 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.

As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

- a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;
- c) honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar esta com o desconto de agência;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro – SINAPRO, a ser concedido pela agência à Câmara Municipal.

A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Câmara Municipal efetuará o pagamento no prazo de até 30 dias a contar do recebimento da nota fiscal.

Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

A Classificação se dará da seguinte forma:

- a) percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- b) percentual de honorários sobre o planejamento e a 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, com a intermediação e supervisões da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

05

15%

- c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
--------	--------------------------

20	Até 10%
----	---------

18	11%
----	-----

15	12%
----	-----

12	13%
----	-----

10	14%
----	-----

05	15%
----	-----

- d) percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
--------	--------------------------

20	Até 10%
----	---------

18	11%
----	-----

15	12%
----	-----

12	13%
----	-----

10	14%
----	-----

05	15%
----	-----

- e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro.

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
--------	---

20	De 60% ou acima de 60%
----	------------------------

15	De 55% a 59%
----	--------------

12	De 50% a 54%
----	--------------

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

10

De 40% a 49%

Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação.

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro

$$\text{NFPC} = \text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4} + \text{D5}$$

DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$\text{PF} = (\text{NFPT} \times 0,70) + (\text{NFPP} \times 0,30), \text{ onde:}$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

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;

a) Ideia Criativa;

b) Raciocínio Básico

c) Estratégia de Mídia e Não Mídia

Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Será considerada vencedora, a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

8.7 Requisitos de Habilitação

A habilitação se restringirá às exigências **indispensáveis ao cumprimento das obrigações contratuais**, em observância ao art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal e ao art. 67 da Lei nº 14.133/2021.

Serão exigidos:

- **Habilitação Jurídica:** apresentação de atos constitutivos e documentos que comprovem a regularidade jurídica da empresa;
- **Regularidade Fiscal e Trabalhista:** comprovação de regularidade junto aos órgãos competentes;
- **Qualificação Econômico-Financeira:** apresentação de balanço patrimonial e índices contábeis compatíveis com o porte e a complexidade do objeto;
- **Qualificação Técnica:** comprovação de experiência em campanhas publicitárias de natureza semelhante, por meio de atestados de capacidade técnica emitidos por entes públicos ou privados;
- **Certificação Profissional:** apresentação do **Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)**, requisito obrigatório previsto na Lei nº 12.232/2010.

a) Exigências de habilitação jurídica, fiscal, trabalhista e social

Nos termos do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, a empresa vencedora deverá apresentar:

- **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);**
- **Certidão de Regularidade do FGTS (CRF);**
- **Certidão Conjunta da Receita Federal e Dívida Ativa da União;**
- **Certidões estaduais e municipais pertinentes;**
- **Declarações de cumprimento dos requisitos legais e de inexistência de impedimentos para licitar e contratar com o Poder Público.**

Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º do artigo 3º do citado dispositivo e que no ano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

8.8 Princípios da Competitividade

O edital deverá observar os princípios da **ampla competitividade e proporcionalidade**, vedando exigências excessivas ou desproporcionais que restrinjam a participação de licitantes, em consonância com a Constituição Federal e a Lei nº 14.133/2021.

Serão exigidos apenas os documentos e comprovações **necessários e suficientes** para demonstrar a capacidade da agência de executar o objeto contratado.

8.9 Julgamento e Adjudicação

- O julgamento das propostas será realizado pela **Comissão de Licitação**, que aplicará os critérios técnicos e de preço previstos no edital;
- O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório
- Serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo “melhor técnica”;
- A adjudicação ocorrerá de forma **global**, contemplando a contratação de uma única agência, em razão da **indivisibilidade técnica do objeto**, que exige unidade criativa, estratégica e operacional;
- O contrato será formalizado após homologação do certame e comprovação de todas as condições de habilitação.

9. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

O custo total estimado é de **R\$ 750.000,00**, com base no orçamento disponível pela Câmara Municipal de Petrópolis.

10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

10.1 - A contratação está devidamente adequada ao orçamento da Câmara Municipal de Petrópolis para o exercício financeiro correspondente.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

10.2 - As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Petrópolis. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Programa de Trabalho: XX.XXX.XX.XXX.XXXX.X.XXX;

Elemento de Despesa: X.X.XX.XX.XX.XX;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2025

ANEXO II

BRIEFING

Câmara Municipal de Petrópolis

INTRODUÇÃO

O presente documento visa definir os parâmetros e as orientações para a contratação de uma agência de publicidade, cuja missão será conduzir a transformação e a modernização da comunicação institucional da Câmara Municipal de Petrópolis.

Em consonância com as diretrizes trazidas pelo ambiente digital contemporâneo, o novo desafio é aprimorar os mecanismos de interação com a sociedade, sem desvirtuar o rigor e a legalidade inerentes a um órgão público.

Este Briefing tem o propósito de orientar as exigências e as expectativas da Câmara Municipal de Petrópolis quanto à proposta de comunicação a ser apresentada no processo licitatório de contratação de agência de publicidade.

As agências interessadas deverão apresentar projetos que aliem a inovação e o uso estratégico das novas tecnologias à manutenção dos padrões jurídicos e institucionais, assegurando uma comunicação moderna, eficaz e transparente.

Ao mesmo tempo, não se deve deixar de lado as mídias consideradas “tradicionais”, pois entende-se que parte da população ainda se informa por meio delas, portanto, deve-se considerar que uma parte dos esforços será voltada à divulgação em rádios, TVs, jornais impressos, materiais gráficos e outros meios de divulgação.

CLIENTE

Câmara Municipal de Petrópolis

CARACTERIZAÇÃO DO CLIENTE

A Câmara Municipal de Petrópolis é formada por 15 vereadores, eleitos de forma democrática, pelo voto secreto. Os vereadores têm, dentre várias, as funções de

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

legislar e fiscalizar os atos do Poder Executivo Municipal; indicar melhorias para o município, assim como oferecer aos munícipes, soluções modernas, racionais e objetivas, de cujo trabalho resulte ao cidadão a constante melhora na qualidade de vida, bem como construção da dignidade da pessoa e o exercício da cidadania.

O vereador não pode executar ações, apenas fiscalizar obras e melhorias. De acordo com o artigo 31 da Constituição Federal, o legislador não tem poder de execução administrativa. Portanto, a Câmara não pode resolver problemas de saúde, de educação, de meio ambiente, trânsito ou moradia, e sim auxiliar a Administração a conhecer esses problemas e sugerir soluções por meio de indicações e requerimentos.

Além disso, os vereadores não podem apresentar projetos que originem despesas, criação de cargos públicos ou matérias sobre patrimônio.

Também é importante lembrar que não existe qualquer subordinação em relação aos Poderes Executivo ou Judiciário. Sempre deve haver entrosamento, mas subordinação nunca. Ocorre no Município o mesmo que ocorre na esfera estadual e federal. Os Poderes são independentes e harmônicos entre si. A divisão dos Poderes é a essência da democracia. Quem elabora a Lei, não a executa nem a interpreta. O Poder Legislativo é a fonte da Lei.

O poder legislativo de Petrópolis ocupa o Palácio Amarelo, uma verdadeira joia da arquitetura da cidade que, atualmente, passa por uma profunda obra de restauração.

A comunicação da Câmara é feita por meio das redes sociais (Instagram, Facebook), site institucional, transmissão ao vivo das sessões e audiências públicas pelos canais da Câmara no Youtube e na Speedfiber, newsletter quinzenal e envio de releases e avisos de pauta à imprensa.

Além disso, o Departamento de Comunicação é responsável pela cobertura fotográfica dos eventos, publicação dos atos oficiais, monitoramento de notícias e apoia demandas de outros setores como, por exemplo, a redação e a produção de folhetos, relatório anual digital e materiais impressos.

DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Recentemente, a Câmara Municipal de Petrópolis tem buscado alinhar suas práticas comunicacionais às exigências de um mundo digital em constante evolução, como pode ser visto nos canais oficiais e no portal institucional.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Este contexto impõe a necessidade de renovar a forma de se comunicar, integrando ferramentas tecnológicas que potencializem o engajamento e a disseminação de informações, sem abandonar o compromisso com a formalidade e o embasamento jurídico que regem seus atos e comunicações.

A Câmara Municipal de Petrópolis enfrenta o desafio de romper com os modelos tradicionais de comunicação, adotando uma postura inovadora que incorpore, de forma efetiva, as novas tecnologias e tendências digitais.

Entre as questões a serem tratadas, destacam-se a atualização dos meios de divulgação, integrando plataformas digitais, redes sociais e recursos interativos que são disponibilizados pelas redes; a conciliação entre inovação e formalidade, equilibrando o uso de linguagens modernas com o imperativo de manter a objetividade e a clareza exigida na divulgação de atos públicos; e ainda o engajamento de um público diversificado, dialogando com variados segmentos da sociedade, atendendo tanto o cidadão comum, quanto os profissionais da mídia, sem prejuízo da identidade e da seriedade institucional.

A comunicação institucional prevista deve ser compreendida como uma ferramenta estratégica de gestão pública, voltada à valorização da função legislativa, à divulgação transparente das ações da CMP e à aproximação entre a Câmara e os cidadãos.

OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo Geral:

Promover a transformação da comunicação institucional da Câmara Municipal de Petrópolis, adotando estratégias inovadoras e tecnológicas que fortaleçam a transparência, a participação cidadã e a imagem institucional, sempre em consonância com os preceitos legais e formais.

Objetivos Específicos:

Ampliar o conhecimento da população sobre os atos, projetos, programas, eventos e políticas públicas conduzidas pela Câmara Municipal.

Estabelecer canais e estratégias eficazes de comunicação com diferentes públicos-alvo, com ênfase em linguagem acessível e inclusiva.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Fomentar a interação com a sociedade, contribuindo para o fortalecimento da cidadania e o engajamento social.

Desenvolver uma identidade digital moderna e alinhada aos valores institucionais, refletindo a nova era da comunicação pública.

Integrar e otimizar os canais de comunicação digitais e tradicionais, promovendo uma interface interativa e acessível para o cidadão.

Estabelecer indicadores e métricas que permitam a avaliação contínua da eficácia das ações implementadas.

Garantir a manutenção de preceitos jurídicos e institucionais, mesmo no contexto da modernização comunicacional.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

As empresas deverão mostrar uma estratégia de comunicação abrangente, contemplando aspectos publicitários, ações de mídia e não-mídia, visando atender aos objetivos estabelecidos neste briefing.

O planejamento apresentado deverá incluir uma campanha para reafirmar o papel do poder legislativo na cidade, ressaltando a importância das atividades para o cotidiano da população, enquanto órgão de representação democrática de todos os segmentos da comunidade; o impacto direto das leis e ações do legislativo na vida dos munícipes, transparência e a disponibilidade de canais de participação e controle social.

Também é importante a criação de um cronograma básico de postagens para as redes sociais, considerando os meses de outubro e novembro, além de sugestões para o uso eficaz das redes sociais, como, por exemplo, a criação de séries de vídeos de curta duração contando do dia a dia da instituição, dos trabalhos legislativos, do acompanhamento e resultado das obras de restauração, dos eventos, das audiências públicas, dos projetos especiais e ainda da história do Palácio Amarelo e da Câmara Municipal.

Adicionalmente, a proposta deverá prever a alocação de recursos para a veiculação de anúncios em meios de comunicação tradicionais, como rádios e TVs, de forma a garantir a abrangência da comunicação e o alcance de públicos que não utilizam frequentemente as plataformas digitais. A estratégia de mídia deverá ser flexível e adaptável, permitindo ajustes ao longo do tempo com base nos resultados obtidos e nas mudanças do cenário midiático.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

A estratégia de comunicação deverá sempre coincidir com os valores da transparência, da participação cidadã e do compromisso com o bem público. Deverão ser consideradas formas modernas de divulgação do trabalho legislativo. Para tanto, deverão ser considerados os diversos públicos-alvo, adaptando a linguagem e os canais de comunicação para cada um deles.

No que se refere à estratégia de mídia e não-mídia, a proposta deverá explorar as potencialidades das diferentes plataformas e formatos disponíveis, buscando otimizar a disseminação das informações e o engajamento do público.

É importante que a agência demonstre familiaridade com as tendências do marketing digital, como a produção de conteúdo para redes sociais, a criação de vídeos e a utilização de técnicas de *storytelling* para valorizar a história, a memória e o trabalho da Câmara Municipal.

Período a ser considerado para o exercício criativo: 2 meses (outubro e novembro).

Verba para a simulação do planejamento: R\$100.000,00.

Abrangência: local.

Público-alvo: habitantes de Petrópolis, em diversas faixas etárias, classes sociais e níveis de escolaridade. Sociedade civil organizada. Vereadores, servidores e colaboradores internos. Imprensa local e regional.

Mídias: podem ser consideradas todas as mídias e as ferramentas digitais, além dos veículos de abrangência local.

Observação: o plano de comunicação publicitária entregue nessa fase do processo licitatório deverá, posteriormente, ser analisado e reavaliado pela a equipe da ASCOM da Câmara Municipal de Petrópolis, sendo ajustado conforme a necessidade, não havendo nenhuma obrigação da Câmara em executar o plano da maneira como foi proposto.

RESULTADOS ESPERADOS

Maior alcance e interação digital: Aumento do engajamento e da participação do público nos canais institucionais, evidenciado por métricas de acesso, interação e feedback.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Fortalecimento da imagem institucional: Consolidação da Câmara como uma instituição moderna e transparente, capaz de dialogar com o cidadão de forma inovadora sem perder o rigor jurídico.

Integração de plataformas: Unificação e otimização dos canais de comunicação, proporcionando uma experiência digital coerente e acessível.

Avaliação contínua: Estabelecimento de indicadores e ferramentas de monitoramento que permitam a mensuração dos resultados e a realização de ajustes no curto, médio e longo prazo.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2026

ANEXO III

PROCURAÇÃO

Petrópolis, ____ de _____ de 2026.

À

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – RJ.

A/C Sr. Pregoeiro

REF.: Concorrência por Técnica e Preço nº 001/2026

Em cumprimento aos ditames deste Edital, utilizamo-nos da presente para constituir como Procurador o Sr., portador da Carteira de Identidade nº Órgão Expedidor....., ao qual outorgamos os mais amplos poderes, inclusive para realizar lances verbais, negociar melhores preços, apresentar ou assinar propostas, interpor recursos quando cabíveis, transigir, desistir, assinar atas e documentos e, enfim, praticar os demais atos do presente Pregão.

Declaramos ter pleno conhecimento de todos os aspectos relativos à Licitação e nossa plena concordância com as condições constantes no presente Edital e seus anexos.

Atenciosamente

EMPRESA LICITANTE – CNPJ

ASSINATURA DO RESPONSÁVEL LEGAL

Obs. Deve ser entregue na abertura da sessão pública. Deve ser impresso em folha timbrada do licitante.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2026

ANEXO IV

(Em papel timbrado da licitante)

DECLARAÇÃO

HABILITAÇÃO PARA CREDENCIAMENTO

_____(Razão Social do LICITANTE)_____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, sediada na _____(endereço completo), declara, sob as penas da Lei, para os fins requeridos no artigo 63, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, que cumpre plenamente os requisitos exigidos para a habilitação na Licitação modalidade Concorrência por Técnica e Preço da Câmara Municipal de Petrópolis.

Declara ademais, que não está impedida de participar de licitações e de contratar com a Administração Pública em razão das penalidades, nem de fatos impeditivos de sua habilitação.

Petrópolis, ____ de _____ de 2026.

(Nome e assinatura do Declarante)

Obs. Esta declaração deverá ser entregue no ato da Abertura da Sessão Pública.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2026

ANEXO V

(Em papel timbrado da licitante)

DECLARAÇÃO

INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

CUMPRIMENTO RESERVA VAGAS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E REABILITADO

_____(Razão Social do LICITANTE)_____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____ DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do artigo 68 da Lei Federal nº 14.133/2021, que regula o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos; que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas no art. 93 da Lei nº 8.213/1991 bem como art. 62 da Lei nº 14.133/2021, que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas no art. 93 da Lei nº 8.213/1991 bem como art. 62 da Lei nº 14.133/2021; e ainda, que não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observado o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal.

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

Petrópolis, ____ de _____ de _____

Representante Legal



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2026

ANEXO VI

DECLARAÇÃO DE ME, EPP OU MEI

Razão Social da Empresa _____, com sede
na

_____, inscrita no CNPJ sob o nº
_____,

vem, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr(a) _____
_____,

portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ e do

CPF nº _____, **DECLARAR**, sob as penas da Lei, que é
(MICROEMPRESA ou EMPRESA DE PEQUENO PORTE ou
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL), que cumpre os requisitos legais
para efeito de qualificação como ME-EPP-MEI e que não se enquadra em
nenhuma das hipóteses elencadas no § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº
123, estando apta a usufruir dos direitos de que tratam os artigos 42 a 48 da
mencionada Lei, não havendo fato superveniente impeditivo da participação
no presente certame.

.....
(data)

.....
(representante legal)

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2026

ANEXO VII

(Em papel timbrado da licitante)

DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO MODELO

Em razão da participação da licitação supra, que tem como objeto a contratação de Agência de Publicidade, conforme especificados no Anexo I – Termo de Referência/Especificações do objeto, parte integrante do presente Edital. A Empresa [XXXXXXXXXXXXXX], inscrita no CNPJ sob o nº [XX.XXX.XXX/XXXXXX], com sede na [XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX], por intermédio do seu representante legal o(a) Sr(a) [XXXXXXXXXXXXXXXXXX], portador(a) do Documento de Identidade nº [XXXXXXXXXXXXXXXXXX], órgão emissor [XXXXXXX] e do CPF nº [XXXXXXXXXXXXXXXXXX], DECLARA para fins de participação na Concorrência Nº 001/2026, que atendem aos requisitos de habilitação, respondendo pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei, e que, até a presente data, inexistem fatos impeditivos para sua habilitação, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, conforme disposto no inciso I do art. 63º da Lei nº 14.133, de 1 de abril de 2021. Declaro ainda que conheço e concordo com todos os termos deste Edital. O signatário assume responsabilidade civil e criminal por eventual falsidade.

.....

(cidade/data)

.....

(representante legal)



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2026

ANEXO VIII

MINUTA

CONTRATO CMP Nº XXX/2026

Termo de contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos especializados, que fazem entre si o Município de Petrópolis, por sua Câmara Municipal e
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
(Processo CMP ADM nº 458/2025).

Pelo presente instrumento particular de contrato, de um lado o Município de Petrópolis, por sua CÂMARA MUNICIPAL, inscrita no CNPJ sob o nº 30.624.696/0001-98, com endereço à Praça Visconde de Mauá, nº 89 – Centro – Petrópolis/RJ, neste ato representada por seu Presidente, **vereador Carlos da Costa Machado (Junior Coruja)**, doravante denominada **CONTRATANTE** e, de outro lado, _____, inscrito no CNPJ sob o nº _____, com endereço a _____, nº _____ – _____, _____ – CEP _____, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por seu sócio, _____, acordam assinar o presente Contrato decorrente da Concorrência nº 001/2026, cuja celebração foi autorizada através do processo administrativo nº. 458/2025 e que se regerá pela Lei Federal nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 14.133/2021, e demais legislações pertinentes ao objeto, nos termos da proposta, do ato convocatório e atendidas as cláusulas e condições que se enunciam a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010 e aplicação, de forma complementar, da Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e do Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato - e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência Pública nº 001/2026 da Câmara Municipal de Petrópolis - CMP e seus anexos, bem como os documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame supracitado.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO:

2.1. Contratação de agência de publicidade, para execução integrada de serviços técnicos especializados de comunicação institucional, visando ao fortalecimento da comunicação pública da Câmara Municipal de Petrópolis, compreendendo:

2.1.1. Estudo, planejamento e conceituação de campanhas e peças publicitárias;

2.1.2. Criação, produção e execução de materiais em mídias digitais, impressas, televisivas e radiofônicas;

2.1.3. Programação visual e desenvolvimento de conteúdo multimídia, incluindo vídeos, áudios, transmissões ao vivo, *podcasts*, animações e infográficos;

2.1.4. Execução e acompanhamento de planos de mídia, com análise de desempenho e relatórios periódicos;

2.1.5. Intermediação e supervisão técnica de serviços gráficos, audiovisuais e de veiculação em terceiros;

2.1.6. Adoção de estratégias inovadoras de marketing digital e comunicação interativa, assegurando a modernização da imagem institucional e maior engajamento com a sociedade.

2.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.3. A CONTRATADA deverá atender aos seguintes requisitos mínimos para a devida execução do objeto contratado:

I) Equipe multidisciplinar composta por profissionais de planejamento, mídia, criação, redação, design e produção audiovisual;

II) Capacidade comprovada de execução multicanal, incluindo mídias tradicionais e digitais;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

III) Atendimento às normas técnicas da ABNT, especialmente em relação a qualidade gráfica, acessibilidade audiovisual e padrões digitais (resolução, formatos e compatibilidade entre plataformas);

IV) Apresentação de plano de trabalho inicial detalhado, contendo estratégias de comunicação, cronograma e métricas de avaliação;

V) Flexibilidade operacional para atendimento sob demanda e em prazos variados;

VI) Compromisso com a transparência, incluindo aprovação prévia de peças e relatórios mensais de desempenho.

2.4. É vedada a subcontratação total do objeto.

2.5. Poderá ser admitida subcontratação parcial de serviços auxiliares, desde que vinculados à execução de planos de mídia e produção gráfica/audiovisual, respeitando os limites e condições estabelecidos no contrato.

2.6. A subcontratação parcial não eximirá a agência em manter a responsabilidade integral pela coordenação, supervisão e qualidade técnica das entregas.

2.7. Qualquer subcontratação deverá ser previamente autorizada pela Administração e formalizada em contrato.

2.8. Para a prestação dos serviços será contratada 01(uma) agência de propaganda, doravante denominada CONTRATADA.

CLÁUSULA TERCEIRA: DO PREÇO – CRÉDITO ORÇAMENTÁRIO – PAGAMENTO:

3.1. O preço global do presente contrato é de R\$XXXXXX (XXXX) sendo que essa despesa correrá pelo Programa de Trabalho XXXXXXXXX e Elemento de Despesa XXXXXXXX do Orçamento da Câmara Municipal.

3.2. Considerando a natureza do objeto (serviços de publicidade), adota-se o regime de empreitada por preço global, nos termos do art. 6º, inciso VIII, alínea “b”, da Lei nº 14.133/2021, em consonância com a Lei nº 12.232/2010.

3.3. O pagamento será efetuado em parcela mensal, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura pela contratada, acompanhada de relatório técnico aprovado pela ASCOM.

CLÁUSULA QUARTA: DO LOCAL E DAS CONDIÇÕES DA ENTREGA:



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

4.1. As entregas de materiais digitais deverão ser realizadas em plataformas eletrônicas definidas pela CONTRATANTE (e-mail institucional, repositório compartilhado ou outro meio seguro).

4.2. Os materiais gráficos, quando necessários, deverão ser entregues na sede da CONTRATADA – Palácio Amarelo, situado à Praça Visconde de Mauá, nº 89 - Centro, Petrópolis/RJ.

4.3. Serviços de cobertura de eventos, transmissões ao vivo e fotografia ocorrerão nas dependências da Câmara ou em locais previamente definidos, de acordo com a agenda institucional.

CLÁUSULA QUINTA: DA VIGÊNCIA E GARANTIA CONTRATUAL

5.1. Este contrato terá início a partir da emissão da ordem de serviço pela Administração, após assinatura e apresentação da garantia contratual de 5% do valor global.

5.1.1. Após a homologação do resultado da licitação, a vencedora será convocada para assinar o contrato no prazo máximo de **até 10 (dez) dias úteis**, contados da data da convocação oficial expedida pela Administração;

5.1.2. O prazo a que se refere o subitem 5.1.1 poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, mediante solicitação justificada da adjudicatária e desde que aceita pela Administração, conforme disposto no §1º do art. 90 da Lei 14.133/21.

5.1.3. O não cumprimento do prazo estipulado para a assinatura do contrato, sem justificativa aceita pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, ensejando a aplicação das penalidades cabíveis, bem como a convocação das licitantes remanescentes, conforme disposto no §2º do art. 90 da Lei 14.133/21.

5.2. O prazo de vigência deste contrato será de 12 (doze) meses a partir da assinatura do mesmo, na forma do art. 105 da Lei 14.133/21, prorrogável por iguais e sucessivos períodos, até o limite legal permitido, conforme art. 107 da referida Lei, mediante interesse da Administração e vantajosidade para a CONTRATANTE.

5.2.1. A CONTRATADA não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

5.2.2. Em caso de prorrogação deste contrato, o mesmo será reajustado mediante aplicação de índice oficial do setor (SINAPRO), ou por outro que venha substituí-lo;



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS ESTADO DO RIO DE JANEIRO

5.2.3. Para os custos com terceiros, aplicar-se-á o valor praticado no mercado à época da execução, respeitado o limite orçamentário do contrato.

5.3. Nos termos do art. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/21, será exigida garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, como condição para assinatura deste instrumento contratual.

5.4. A forma da garantia será de livre escolha da CONTRATADA, devendo ser prestada por uma das seguintes modalidades legalmente previstas:

- I) Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública;
- II) Seguro-garantia;
- III) Fiança bancária.

5.4.1. A garantia em dinheiro deverá ser depositada na Instituição Financeira indicada pela Administração, com correção monetária.

5.4.2. Quando a garantia se processar sob a forma de Seguro-Garantia ou Fiança Bancária, a mesma não poderá ser prestada de forma proporcional ao período contratual, devendo sua validade coincidir com o prazo de vigência do contrato. Caso ocorra prorrogação do contrato, a garantia apresentada deverá ser prorrogada.

5.5. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

5.6. Em caso de descumprimento contratual, a garantia poderá ser utilizada pela Administração para cobrir eventuais prejuízos, penalidades ou sanções, na forma prevista na legislação que rege a matéria.

5.6.1. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data em que for notificada.

5.7. A garantia será devolvida ao final do contrato, caso não haja inadimplemento.

CLÁUSULA SEXTA: DO RECEBIMENTO PROVISÓRIO / DEFINITIVO

6.1. O serviço será atestado e aferido constantemente para verificação da sua conformidade com a especificação.

6.2. O Recebimento Provisório ocorrerá no ato da entrega das peças ou campanhas, mediante conferência técnica pela ASCOM.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

6.3. O Recebimento Definitivo será efetivado após a análise e aprovação da conformidade com o Briefing e as especificações definidas, mediante emissão de termo de aceite.

6.3.1. O prazo para manifestação sobre o recebimento definitivo será de até 10 (dez) dias úteis após a entrega, prorrogável em caso de necessidade justificada de ajustes.

6.4. O atesto mensal, realizado pelo Gestor do Contrato, será feito após a verificação da qualidade do serviço prestado e consequente aceitação.

6.5. O aceite/aprovação do serviço pela CONTRATANTE não exclui a responsabilidade civil do fornecedor por vício de quantidade e/ou qualidade ou disparidades com as especificações estabelecidas no Termo de Referência.

6.6. Será proibida a cobrança de qualquer outra despesa que venha a interferir no valor deste contrato, correndo por conta da CONTRATADA as despesas com tributos, encargos trabalhistas e previdenciários, bem como qualquer outra despesa decorrente do fornecimento do objeto contratado.

CLÁUSULA SÉTIMA: DA EXECUÇÃO MENSAL DOS SERVIÇOS

7.1. A execução se dará de forma contínua e sob demanda, em conformidade com os Briefings elaborados em conjunto pela Assessoria de Comunicação (ASCOM) e a CONTRATADA e, posteriormente, aprovados pela ASCOM.

7.2. Cada solicitação será formalizada por ordem de serviço ou plano de mídia específico, contendo:

- I) Escopo da campanha ou peça;
- II) Prazos de execução;
- III) Formato e canais de veiculação;
- IV) Métricas de avaliação.

7.3. A CONTRATADA deverá apresentar relatórios mensais de desempenho, contendo métricas de alcance, engajamento e resultados das campanhas, para subsidiar a avaliação técnica da ASCOM.

CLÁUSULA OITAVA: DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

8.1. O Contrato deverá ser executado fielmente de acordo com as cláusulas avençadas, nos termos do presente instrumento e da legislação vigente, respondendo o inadimplente pelas consequências da inexecução total ou parcial.

8.2. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada pela Assessoria de Comunicação (ASCOM) da Câmara Municipal de Petrópolis, em conjunto com servidor(es) formalmente designado(s) pela Presidência.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

8.3. Para fins do disposto no subitem 8.2, serão designados:

- I) Gestor do Contrato, que será responsável pela coordenação administrativa do ajuste, pela interlocução com a CONTRATADA e pela tramitação de documentos e processos de alteração, prorrogação, reequilíbrio ou encerramento contratual;
- II) Fiscal Técnico, servidor da ASCOM, responsável pela análise técnica das entregas (campanhas, peças publicitárias e relatórios), conferindo aderência ao Briefing, aos planos de mídia aprovados e às diretrizes institucionais;
- III) Fiscal Administrativo (se designado): apoio ao controle de prazos, conferência de documentos fiscais, notas de empenho, liquidação e pagamentos.

8.4. A gestão do contrato observará as seguintes rotinas:

- a) Reuniões de alinhamento entre a ASCOM e a agência contratada, ordinariamente mensais ou extraordinárias quando necessário, para validação de cronogramas, peças e campanhas;
- b) Relatórios periódicos da CONTRATADA, contendo métricas de alcance, engajamento e resultados das campanhas, entregues mensalmente;
- c) Controle documental das entregas e ordens de serviço emitidas, mantido pela ASCOM para fins de auditoria e prestação de contas;
- d) Registro formal de ocorrências, em livro ou sistema próprio, de eventuais falhas ou descumprimentos contratuais, para subsidiar aplicação de sanções, se necessário;
- e) Avaliação técnica contínua, com emissão de pareceres sobre o recebimento provisório e definitivo de cada demanda.

8.5. Durante a execução contratual, a CONTRATADA deverá apresentar:

- a) Plano de trabalho inicial, em conformidade com o Briefing institucional;
- b) Relatórios mensais de execução das campanhas e resultados obtidos;
- c) Relatórios de mídia e comprovação de veiculações, quando houver despesas com terceiros;
- d) Portfólio atualizado das peças executadas durante a vigência contratual;
- e) Documentos fiscais e comprovantes necessários à liquidação e pagamento.

8.6. A execução do contrato deverá seguir a seguinte periodicidade:

- a) Fiscalização técnica: contínua, realizada a cada entrega (ordem de serviço ou campanha);
- b) Reuniões de acompanhamento: ordinárias mensais, podendo haver reuniões extraordinárias;
- c) Relatórios de desempenho: mensais, apresentados pela agência e validados pela ASCOM;
- d) Avaliação geral do contrato: semestral, com consolidação dos resultados obtidos frente aos objetivos institucionais.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS ESTADO DO RIO DE JANEIRO

8.7. A CONTRATADA declara, antecipadamente, aceitar todas as condições, métodos e processos de controle adotados pela fiscalização, obrigando-se a fornecer todos os dados, elementos e esclarecimentos solicitados.

8.8. A fiscalização não exclui ou reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, nem a exime de manter fiscalização própria.

8.9. Ficam reservados ao Gestor do contrato, o direito e a autoridade para resolver todo e qualquer caso singular, omissos ou duvidosos não previstos no processo administrativo e tudo o mais que se relacione com o objeto contratado, desde que não acarrete ônus para a CONTRATANTE ou modificação da contratação.

8.10. As decisões que ultrapassarem a competência do gestor do contrato deverão ser solicitadas formalmente à autoridade administrativa imediatamente superior, em tempo hábil para a adoção de medidas.

8.11. A existência e a atuação da gestão e da fiscalização em nada restringem a responsabilidade única, integral e exclusiva da CONTRATADA, no que concerne ao objeto da contratação, às implicações próximas e remotas perante a CONTRATANTE ou perante terceiros, do mesmo modo que a ocorrência de irregularidades decorrentes da sua execução contratual não implicará corresponsabilidade da CONTRATANTE ou de seus prepostos, devendo, ainda, a CONTRATADA, sem prejuízo das penalidades previstas, proceder ao ressarcimento imediato à CONTRATANTE dos prejuízos apurados e imputados à falhas em suas atividades.

8.12. A CONTRATADA deverá submeter relatórios de problemas encontrados e as soluções adotadas. Esses relatórios serão avaliados pelos fiscais para garantir a conformidade com o cronograma e os requisitos contratuais.

8.13. A CONTRATADA deverá fornecer toda a documentação comprobatória da regular execução do contrato sempre que solicitado, incluindo notas fiscais, certidões fiscais, comprovantes de garantia, laudos técnicos ou quaisquer outros documentos pertinentes.

8.14. Todas as comunicações formais entre a contratada e a Câmara Municipal deverão ocorrer, preferencialmente, por intermédio do fiscal do contrato, garantindo celeridade, rastreabilidade e segurança institucional na condução das ações.

8.15. Será realizado um registro sistemático das ocorrências relevantes e das medidas adotadas, de forma a assegurar a transparência da execução contratual e subsidiar, quando necessário, eventuais providências corretivas ou sancionatórias.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

8.16. Em caso de descumprimento das obrigações contratuais, a CONTRATANTE poderá aplicar sanções à CONTRATADA, conforme previsto nas cláusulas contratuais e na legislação vigente. O gestor do contrato será responsável por instruir o processo de aplicação de sanções, assegurando o direito de defesa do contratado.

CLÁUSULA NONA: DA MEDIÇÃO E PAGAMENTO

9.1. A execução dos serviços será medida mensalmente, a partir de:

- I) Ordens de Serviço emitidas pela ASCOM, contendo escopo, prazo e entregáveis;
- II) Relatórios mensais de execução, apresentados pela contratada, com comprovação da entrega das peças, campanhas e veiculações, bem como relatórios de mídia quando houver contratação de terceiros;
- IV) Avaliação técnica da ASCOM, atestando a conformidade das entregas em relação ao briefing institucional, ao plano de mídia aprovado e aos objetivos definidos no contrato;
- V) Indicadores de desempenho, definidos no ETP, como cumprimento de cronogramas, alcance de campanhas digitais, satisfação da ASCOM e entrega dos relatórios.

9.2. A medição será realizada com base nos resultados efetivamente entregues e aceitos pela Câmara, configurando condição para emissão do recebimento provisório e, posteriormente, definitivo.

9.3. O pagamento será efetuado em parcela mensal, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura pela contratada, acompanhada de relatório técnico aprovado pela ASCOM.

9.4. As despesas com terceiros (veiculação de mídia, produção gráfica, audiovisual, etc.) deverão ser previamente autorizadas e comprovadas mediante apresentação de documentação fiscal correspondente, com percentual de remuneração da agência aplicado nos termos da Lei nº 12.232/2010.

9.5. O prazo para pagamento será de até 30 (trinta) dias corridos após a liquidação da despesa, conforme art. 141 da Lei nº 14.133/2021.

9.6. Para execução do pagamento, a CONTRATADA deverá emitir nota fiscal correspondente à sede ou filial que apresentou a documentação na fase de habilitação, sem emendas, rasuras ou borrões, legível e em nome da Câmara Municipal de Petrópolis, CNPJ nº 30.624.696/0001-98, situado à Praça Visconde de Mauá, nº 89 - Centro, Petrópolis/RJ.

9.7. A fatura referente a prestação do serviço mensal deverá ser encaminhada ao email ascom@cmpleg.com.br mensalmente, para que seja realizado o atesto mensal e posterior pagamento da mesma.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

9.8. Na hipótese da apresentação de erros no documento de cobrança, fica suspenso o prazo para o pagamento respectivo, prosseguindo-se a contagem somente após a apresentação da nova documentação isenta de erros.

9.9. Glosa (Retenção de Pagamentos): Fica prevista a possibilidade de **glosa parcial ou total** de pagamentos quando:

- a) houver descumprimento parcial das obrigações contratuais;
- b) as entregas não atenderem ao Briefing ou apresentarem desconformidade técnica;
- c) os prazos não forem observados, sem justificativa aceita pela Administração.

9.9.1. A glosa será aplicada de forma acautelatória, não configurando sanção, e será aplicada mediante justificativa técnica e registro formal pelo Fiscal do Contrato, com ciência prévia da contratada, resguardando-se o contraditório e ampla defesa.

9.9.2. O valor eventualmente glosado poderá ser reavaliado e liberado após a regularização da pendência ou, conforme o caso, convertido em desconto ou compensação nos pagamentos seguintes.

9.10. Outras condições de pagamento e critérios de medição poderão ser estabelecidas em aditivos contratuais, desde que acordados de comum acordo entre as partes e formalmente documentados.

9.11. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas no interesse do CONTRATANTE, desde que haja consentimento expresso por parte da CONTRATADA, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato, o que deverá ser justificado.

CLÁUSULA DÉCIMA: DA REGULARIDADE FISCAL

10.1. A regularidade fiscal, social e trabalhista da CONTRATADA será aferida mediante a verificação dos seguintes requisitos:

- I – Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- II – Inscrição no cadastro de contribuinte estadual e/ou municipal pertinente;
- III – Comprovação de regularidade fiscal, previdenciária e trabalhista, federal, estadual e municipal;
- IV – O cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;
- V – Emissão das certidões negativas de inidoneidade e de impedimento.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA : DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

11.1. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

11.1.1. Prestar os serviços de publicidade de forma contínua, eficiente e com observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade,

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

publicidade e eficiência, conforme previsto na Constituição Federal e na legislação específica;

11.1.2. Desenvolver campanhas publicitárias que atendam aos objetivos de comunicação institucional da Câmara Municipal de Petrópolis, com foco na informação e no interesse público;

11.1.3. Apresentar, para aprovação da CONTRATANTE, os projetos de campanhas, peças e planos de mídia, bem como realizar os ajustes solicitados, no prazo estabelecido;

11.1.4. Executar os serviços com observância às normas técnicas aplicáveis, à ética profissional e à legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010;

11.1.5. A CONTRATADA deverá cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenha acesso em razão do contrato administrativo;

11.1.6. Submeter previamente à CONTRATANTE os contratos com veículos de comunicação, fornecedores e produtores de conteúdo, sempre que necessário para a veiculação ou produção das campanhas;

11.1.7. A CONTRATADA ao realizar a escolha de veículos de divulgação deverá se basear em pesquisas que comprovem tal escolha, observando os interesses da CONTRATANTE;

11.1.8. Responsabilizar-se por quaisquer danos causados à CONTRATANTE ou a terceiros em decorrência de ações ou omissões na execução dos serviços contratados;

11.1.9. Manter equipe técnica compatível com as exigências do contrato, garantindo a disponibilidade de profissionais qualificados para a execução dos serviços;

11.1.10. Prestar todo e qualquer esclarecimento ou informação solicitada pela Gestão e Fiscalização da Câmara Municipal de Petrópolis, atendendo as medidas técnicas e administrativas determinadas por esta;

11.1.11. Cientificar imediatamente a Fiscalização sobre qualquer ocorrência anormal que afete o fornecimento do objeto;

11.1.12. Corrigir, prontamente, quaisquer erros ou malfeitos no fornecimento do objeto, atendendo assim, as reclamações, exigências ou observações feitas pela Fiscalização;

11.1.13. A CONTRATADA é obrigada a pagar todos os tributos, contribuições fiscais que incidam ou venham a incidir, direta e indiretamente, sobre o serviço prestado, fornecer Nota Fiscal correspondente ao serviço prestado, assim como se responsabilizar pelas despesas operacionais e administrativas, de mão-de-obra, transporte que se fizer necessário até a Câmara Municipal de Petrópolis;

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

11.1.14. Cabe à CONTRATADA consultar com antecedência os seus fornecedores quanto aos prazos de entrega dos materiais especificados, não cabendo, portanto, a justificativa de atraso do fornecimento devido ao não cumprimento da entrega por parte do fornecedor;

11.1.15. Todo e qualquer encargo social, impostos e taxas inerentes ao destino final do objeto, deverão estar incluídos no valor final da proposta;

11.1.16. A CONTRATADA obriga-se a desenvolver todas as atribuições necessárias ao fiel cumprimento do objeto;

11.1.17. O atesto mensal pela CONTRATANTE, não exclui a responsabilidade civil da CONTRATADA por vícios de quantidade ou qualidade do produto ou disparidade com as especificações técnicas exigidas no Termo de Referência ou atribuídas pela CONTRATADA, verificados posteriormente, garantindo-se à CONTRATANTE as faculdades previstas no artigo 18, da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor);

11.1.18. Aceitar os acréscimos ou supressões do objeto que se fizerem necessários, na forma prevista no art. 125 da Lei Federal nº 14.133/21;

11.1.19. Manter, durante toda vigência da contratação, as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital que originou este Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, na forma da Lei Federal 14.133/21.

11.2. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:

11.2.1. Fornecer à CONTRATADA, em tempo hábil, todas as informações, documentos e elementos necessários para a adequada execução dos serviços de publicidade e propaganda;

11.2.2. Definir, juntamente com a CONTRATADA, os objetivos estratégicos e a linha de comunicação institucional a ser adotada nas campanhas;

11.2.3. Analisar, aprovar ou solicitar ajustes nos projetos, planos de mídia e peças publicitárias apresentados pela CONTRATADA, dentro dos prazos acordados;

11.2.4. Efetuar os pagamentos devidos à CONTRATADA, conforme valores, prazos e condições estabelecidos neste contrato;

11.2.5. Disponibilizar acesso às dependências, autoridades e setores administrativos da Câmara de Vereadores, sempre que necessário à execução dos serviços;

11.2.6. Promover o acompanhamento e fiscalização da execução do objeto, de forma a verificar a sua perfeita execução responsabilizando-se pelo atesto da fatura.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

11.2.7. Comunicar à CONTRATADA, por escrito, qualquer irregularidade ou inadimplemento verificado na prestação dos serviços.

11.2.8. Verificar a manutenção pela CONTRATADA das condições de habilitação para o cumprimento do contrato;

11.2.9. Manifestar-se formalmente em todos os atos relativos à execução do contrato, em especial, aplicação de sanções, alterações e repactuações do mesmo;

11.2.10. Aplicar à CONTRATADA penalidades por descumprimento do Termo de Referência e de cláusulas contratuais;

11.2.11. Sustar, no todo ou em parte, a execução da prestação do serviço, sempre que a medida for considerada necessária;

11.2.12. A CONTRATANTE não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela CONTRATADA com terceiros, ainda que vinculados à execução do presente Termo de Referência, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da CONTRATADA, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

11.2.13 Para cumprimento do objeto do contrato, a CONTRATADA emitirá Autorização de Veiculação e Divulgação - PADV, documento obrigatório para autorizar cada serviço a ser executado.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DIREITOS AUTORAIS

12.1 A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias - incluídos os estudos, análises e planos, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

12.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Terceira.

12.1.2. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante e após a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

12.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo do Município de Petrópolis, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

12.1.4. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

12.2 Com vistas às contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores dois orçamentos para a execução do serviço, um de cessão por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções.

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

12.2.3. Na utilização de peças por período igual ao inicial ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais do autor e conexo será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a utilização por períodos inferiores, o percentual será obtido pela regra de três simples.

12.2.4. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se em tal caso, no máximo a variação do índice de mercado vigente à época ou conforme negociado, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

12.2.5. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporada a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

12.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

12.4.1. a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá ao seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

12.4.2. que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

12.4.3. que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção, sendo apenas ressarcidos eventuais custos de edição das imagens solicitadas, se e quando necessário.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: NORMAS ANTICORRUPÇÃO E COMPLIANCE

13.1. A CONTRATADA declara, sob as penas da lei, não haver, até a presente data, qualquer impedimento à presente contratação ou mesmo à execução de alguma cláusula ou condição do instrumento ora pactuado.

13.2. A CONTRATADA declara por si, por seus empregados, sócios, colaboradores, terceiros contratados e fornecedores estar em plena conformidade com as leis e regulamentos de anticorrupção.

13.3. A CONTRATADA endossa todas as leis, normas, regulamentos e políticas relacionados ao combate à corrupção que a ela se apliquem, obrigando-se a abster-se de qualquer atividade ou ato que constitua violação às referidas disposições bem como das quais o CONTRATANTE seja signatário.

13.4. A CONTRATADA por si, por seus administradores, diretores, empregados, terceiros contratados e agentes, bem como por sócio que venha a agir em seu nome, se obriga a conduzir suas práticas comerciais durante toda a vigência deste instrumento de forma ética e em conformidade com as normas aplicáveis.

13.5. A CONTRATADA por si, por seus empregados, sócios, colaboradores, terceiros contratados e fornecedores não deve, direta ou indiretamente, dar, oferecer, pagar, prometer pagar, autorizar o pagamento de qualquer importância em dinheiro, ou mesmo qualquer coisa de valor, benefício, doação, vantagem a qualquer autoridade, consultor, representante, parceiro, ou



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

quaisquer terceiros com a finalidade de influenciar quaisquer atos ou decisões de agente de governo ou para assegurar qualquer vantagem indevida.

13.6. A CONTRATADA declara que não pratica e se obriga a não praticar quaisquer atos que violem leis anticorrupção.

13.7. A CONTRATADA concorda em fornecer prontamente, sempre que solicitada, demonstração de que está atuando diligentemente na prevenção de práticas que possam violar as leis anticorrupção.

13.8. A CONTRATADA obriga-se a manter seus livros, registros, contas e documentos contábeis organizados e precisos, assegurando-se de que nenhuma transação seja mantida fora de seus livros e que todas as transações sejam devidamente registradas e documentadas desde o início.

13.9. A CONTRATADA concorda que o CONTRATANTE terá o direito de, sempre que julgar necessário, desde que com prévio aviso, analisar todos os livros, registros, contas e documentações de suporte que se relacionem a este Contrato, para verificar o cumprimento de leis anticorrupção aplicáveis, sendo que a CONTRATADA se compromete a cooperar totalmente com qualquer solicitação de documentos.

13.10. A CONTRATADA compromete-se a praticar a governança corporativa de modo a dar efetividade ao cumprimento das obrigações contratuais em observância à legislação aplicável.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: DA PROTEÇÃO E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

14.1. O Contratante e o Contratado, na condição de operadora, comprometem-se a proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, relativos ao tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais.

14.2. O tratamento de dados pessoais indispensáveis à prestação dos serviços por parte do contratado, se houver, será realizado mediante prévia e fundamentada aprovação do contratante, observados os princípios do art. 6º da LGPD, especialmente o da necessidade;

14.3. Os dados tratados pelo contratado somente poderão ser utilizados na prestação dos serviços especificada neste contrato, e em hipótese alguma poderão ser utilizados para outros fins, observadas as diretrizes e instruções transmitidas pelo contratante;

14.4. Os registros de tratamento de dados pessoais que o contratado realizar serão mantidos em condições de rastreabilidade e de prova eletrônica a

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

qualquer tempo;

14.5. O Contratado deverá apresentar evidências e garantias suficientes de que aplica adequado conjunto de medidas técnicas e administrativas de segurança, para a proteção dos dados pessoais, segundo a legislação e o disposto nesta Cláusula;

14.6. O Contratado dará conhecimento formal aos seus empregados das obrigações e condições acordadas nesta Cláusula, inclusive no tocante à Política de Privacidade do Contratante, cujos princípios e regras deverão ser aplicados à coleta e tratamento dos dados pessoais.

14.7. O eventual acesso, pelo contratado, às bases de dados que contenham ou possam conter dados pessoais implicará para o contratado e para seus prepostos – devida e formalmente instruídos nesse sentido – o mais absoluto dever de sigilo, no curso do presente contrato e após o seu encerramento.

14.8. O encarregado do contratado manterá contato formal com o encarregado do contratante, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas da ocorrência de qualquer incidente que implique violação ou risco de violação de dados pessoais, para que este possa adotar as providências devidas, na hipótese de questionamento das autoridades competentes.

14.9. A critério do controlador e do encarregado de Dados do contratante, o contratado poderá ser provocado a preencher um relatório de impacto à proteção de dados pessoais, conforme a sensibilidade e o risco inerente do objeto deste contrato, no tocante a dados pessoais.

14.10. O Contratado responde pelos danos que tenha causado em virtude da violação da segurança dos dados ao deixar de adotar as medidas de segurança previstas no art. 46 da LGPD, destinadas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

14.11. Os representantes legais do contratado, bem como os empregados que necessariamente devam ter acesso a dados pessoais sob controle da CMP para o cumprimento de suas tarefas, deverão firmar termo de compromisso e confidencialidade, em que se responsabilizem pelo cumprimento da LGPD e pelo disposto nesta Cláusula.

14.12. As manifestações do titular de dados ou de seu representante legal quanto ao tratamento de dados pessoais com base neste contrato serão atendidas na forma da lei.



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

14.13. O contratante poderá, a qualquer tempo, requisitar informações acerca dos dados pessoais confiados ao Contratado, bem como realizar inspeções e auditorias, inclusive por meio de auditores independentes, a fim de zelar pelo cumprimento dos deveres e obrigações aplicáveis;

14.14. Eventual compartilhamento de dados pessoais com empresa subcontratada dependerá de autorização prévia do contratante, hipótese em que o subcontratado ficará sujeito aos mesmos limites impostos ao contratado.

14.15. Encerrada a vigência do contrato ou não havendo mais necessidade de utilização dos dados pessoais, sejam eles sensíveis ou não, o contratado providenciará o descarte ou devolução, para o contratante, de todos os dados pessoais e as cópias existentes, atendido o princípio da segurança.

14.16. As dúvidas decorrentes da aplicação da LGPD serão objeto de consulta por parte do encarregado do contratante ao Departamento de Assuntos Jurídicos - DAJ, que poderá consultar as normas legais pertinentes para dirimir as dúvidas existentes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: DAS PENALIDADES E SANÇÕES

15.1. No caso de descumprimento total ou parcial das condições do Termo de Referência, a Câmara Municipal de Petrópolis, sem prejuízo das perdas e danos e das multas cabíveis, nos termos da lei civil, aplicará à CONTRATADA, conforme o caso, as penalidades previstas nos artigos 155 a 163 da Lei Federal nº 14.133/21, e especificamente à:

15.1.1. A inexecução dos serviços, total ou parcial, a execução imperfeita, a mora na execução ou qualquer inadimplemento ou infração contratual, sujeitará a CONTRATADA, sem prejuízo da responsabilidade civil ou criminal que couber, às seguintes penalidades, que deverá(ão) ser graduada(s) de acordo com a gravidade da infração:

- a) advertência;
- b) multa administrativa;
- c) suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública;
- d) declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública.

15.2. A sanção administrativa deve ser determinada de acordo com a natureza e a gravidade da falta cometida.

15.3. Nos casos não previstos no instrumento convocatório, inclusive sobre o procedimento de aplicação das sanções administrativas, deverão ser



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

observadas as disposições da Lei Federal n.º 14.133, de 2021 e no Decreto n.º 10.086, de 2022

15.4. Em qualquer hipótese de aplicação de sanções administrativas, assegurar-se-á o direito ao contraditório e à ampla defesa.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: DA PUBLICAÇÃO DO CONTRATO

16.1. Ficará a cargo da CONTRATANTE, em 10 (dez) dias contados da assinatura deste instrumento, providenciar a publicação do extrato do presente contrato no PNCP (Portal Nacional de Contratações Públicas).

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: CONDIÇÕES GERAIS

17.1. Aplicam-se às omissões deste contrato as disposições da Lei Federal n.º 14.133/21, da Lei Federal n.º 12.232/10 e demais normas pertinentes e regulamentares.

17.2. 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.

17.2. A CONTRATADA se obriga a manter durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Termo de Referência e neste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA: DO FORO

18.1. Fica eleito foro do contrato o desta Cidade de Petrópolis - RJ, renunciando a CONTRATADA a qualquer outro, que tenha ou venha a ter, por mais especial que seja.

E por assim estarem justos e contratados, assinam o presente contrato em 03 (três) vias na presença das testemunhas abaixo relacionadas.

Petrópolis, xx de xxxxxxxxxxxx de 2026.

Câmara Municipal de Petrópolis-RJ

Carlos da Costa Machado (Junior Coruja)

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Presidente

[Empresa Contratada]

[Representante da Empresa]

Sócio

TESTEMUNHAS:

Nome:
Matrícula:

Nome:
Matrícula:



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDITAL Nº 001/2026

ANEXO IX

(Em papel timbrado da licitante)

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

IDENTIFICAÇÃO DA PROPONENTE:

Razão Social: _____

CNPJ: _____

Endereço: _____

Telefone/E-mail: _____

Representante Legal: _____

OBJETO DA PROPOSTA

A presente proposta de preços é apresentada em atendimento às exigências constantes do Edital nº **001/2026**, tendo por objeto a prestação de serviços publicitários pela empresa proponente, observando-se os critérios de remuneração previstos nas **Normas-Padrão da Atividade Publicitária**, incorporadas ao sistema legal pelo **Decreto nº 4.563/2002**, e as disposições da **Lei nº 12.232/2010**, especialmente o artigo 6º, inciso V, bem como o disposto no artigo 11 da **Lei nº 4.680/65**.

PERCENTUAIS DE HONORÁRIOS

Os percentuais ofertados incidirão sobre o valor de serviços especializados, quando contratados por fornecedores externos, conforme cada categoria a seguir.

a) Produção e Execução Técnica de Peças ou Materiais Publicitários

Percentual de honorários da agência: _____ %

(Incidente sobre o valor líquido contratado junto ao fornecedor especializado.)

b) Planejamento, Execução de Pesquisas, Avaliações e Instrumentos de Geração de Conhecimento

Incluindo pesquisas de mercado, estudos de público-alvo, análises de meios e aferição de resultados.

Percentual de honorários da agência: _____ %

c) Criação e Desenvolvimento de Formas Inovadoras de Comunicação Publicitária

Incluindo soluções que utilizem novas tecnologias, plataformas digitais emergentes ou formatos diferenciados de interação.

Percentual de honorários da agência: _____ %

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98



CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

d) Intermediação na Contratação de Mídia Digital

Aplicável somente nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto-padrão de agência, conforme artigo 11 da Lei 4.680/65.

Percentual de honorários da agência: _____ %

DESCONTO SOBRE CUSTOS INTERNOS

A proponente declara que adota, como referência, a **Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro**, comprometendo-se com a exequibilidade dos preços ofertados e observando os padrões de mercado.

Desconto ofertado sobre Custos Internos (Tabela Referencial):

_____ %

(Percentual de redução aplicado sobre os preços constantes da tabela, respeitando o equilíbrio econômico e financeiro da contratação.)

DECLARAÇÃO DE EXEQUIBILIDADE

A proponente declara que:

- Os preços, percentuais e descontos apresentados são compatíveis com as práticas de mercado e com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária;
- A proposta contempla todas as formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, conforme determina o art. 6º, V, da Lei 12.232/2010;
- Estão asseguradas as condições necessárias para execução integral e adequada do futuro contrato administrativo, não caracterizando inexecuibilidade.

VALIDADE DA PROPOSTA

A presente proposta é válida por _____ **dias**, contados da data de sua assinatura.

LOCAL E ASSINATURA

Local e data: _____

Nome do Representante Legal

Cargo

Empresa

CÂMARA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS – ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Praça Visconde de Mauá, nº 89, Centro Petrópolis – Rio de Janeiro CEP 25685-380

Telefone (24) 2291-9200 CNPJ 30.624.696/0001-98