



Governo do Estado do Rio de Janeiro

Secretaria de Estado da Casa Civil

Subsecretaria de Administração

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2021

Processo nº E-12/207/694/2019

EDITAL DE LICITAÇÃO PÚBLICA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

1 – DA INTRODUÇÃO

1.1. O ESTADO DO RIO DE JANEIRO, por meio da Subsecretaria Geral da Secretaria de Estado da Casa Civil, com sede na Rua Pinheiro Machado, s/nº, Palácio Guanabara, Anexo II, Laranjeiras, Rio de Janeiro, torna público que, devidamente autorizado pelo Senhor Ordenador de Despesas, na forma do disposto no processo administrativo nº **E-12/207/694/2019**, fará realizar, no **dia 12 de abril de 2021, às 10:30 horas**, no Auditório do Prédio Anexo da Secretaria de Estado da Casa Civil, sito à Rua Pinheiro Machado s/n, Palácio Guanabara - Laranjeiras, Rio de Janeiro, RJ, licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **MELHOR TÉCNICA e regime de execução por preço global, baseado no art. 37, § 1º, da Constituição da República que se regerá sob a égide da Lei nº 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar a Lei nº 8.666, de 21.06.93, Leis nº 4.680, de 18.06.65, Decreto Federal nº 57.960/65, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, pela Lei Estadual nº 287, de 4 de dezembro de 1979, pelo Decreto nº 3.149, de 28 de abril de 1980, pelo Decreto nº 46.550, de 01 de janeiro de 2019, a Lei Estadual nº 3.852, de 14 de junho de 2002, Lei 4.304/04, Lei Estadual 6.892/14, reaplicam-se também o Conselho Executivo das Normas Padrão– CENP, constituído em 16 de dezembro de 1998, o Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária– CONAR, além das demais disposições legais aplicáveis e do disposto no presente edital.**

1.2 As retificações do instrumento convocatório, por iniciativa oficial ou provocadas por eventuais impugnações, obrigarão a todos os licitantes, devendo ser publicada no Diário Oficial do Estado e divulgadas por meio eletrônico na internet, sendo comunicadas aos adquirentes do edital, via telefax, **via e-mail**, telegrama, entrega pessoal, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a modificação não alterar a formulação das propostas.

1.3 O instrumento convocatório e seus anexos poderão ser adquiridos, mediante **a permuta de uma resma de papel, ou em meio digital, mediante a permuta de uma mídia CD/RW (“virgem”) e/ou apresentação de pen drive à Comissão Especial de Licitação.**

1.3.1 Será gratuita a retirada deste Edital por meio do e-mail abaixo, observados os procedimentos ali previstos: www.compras.rj.gov.br ou www.rj.gov.br (Secretaria de Estado da Casa Civil).

1.4 Os interessados poderão obter maiores esclarecimentos ou dirimir suas dúvidas acerca do objeto deste instrumento convocatório ou interpretação de qualquer de seus dispositivos, por escrito, até 02 (dois) dias úteis anteriores à data do início da licitação, no seguinte endereço: Rua Pinheiro Machado s/n.º, Palácio Guanabara, Anexo II, Laranjeiras, Rio de Janeiro, RJ, no Protocolo da Secretaria de Estado da Casa Civil, das 09:00 horas até às 17:00 horas, **ou por meio do e-mail licitacao@casacivil.rj.gov.br**

1.5 Caberá ao Ordenador de Despesas responder as impugnações e pedidos de esclarecimento deduzidos pelos potenciais licitantes antes da realização da sessão, com encaminhamento de cópia da resposta para todos os interessados por qualquer das formas previstas na cláusula 1.2 deste edital.

1.6 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Estado e no endereço eletrônico, citados no subitem 1.3.1, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

1.7 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, no site eletrônico da Casa Civil, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

1.7.1 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).

2 – DO OBJETO E DO REGIME DE EXECUÇÃO

2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de **serviços de publicidade, que tem por escopo fins educativos, informativos ou de orientação social, prestados por intermédio de 04 (quatro) agências de propaganda, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, para atender as necessidades de toda a Administração Pública Direta e Indireta, do Poder Executivo do Estado do Rio de Janeiro, especificados e quantificados na forma do Briefing (Anexo I).**

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados /á execução dos contratos;**
- b) à produção e à execução técnica das peças, material e projetos publicitários de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;**
- c) à criação, implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.**

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e

princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a venda de produtos e serviços, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.1.1 As contratadas devem constituir e manter, em parceria com as outras agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste, a suas expensas, um Núcleo de Mídia e de Inteligência Digital, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos, conforme especificado na Cláusula Quinta do Contrato (Anexo VIII).

2.1.1.2 O planejamento, previstos no subitem 2.1, de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;**
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;**
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.**

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas 04 (quatro) agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.

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

2.2.2 As agências atuarão por ordem e conta do ESTADO, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

2.2.4 As agências atuarão de acordo com solicitação do ESTADO, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.2.5 Para a execução dos serviços, o ESTADO instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

2.3 O objeto será executado segundo o regime de execução indireta, sob demanda, sem prejuízo do disposto no art. 14 *caput* e §§s 1º e 3º e no art. 15, da Lei 12.232/2010.

3 – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 - Os recursos necessários à realização do objeto ora licitado correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

FONTE: 100

PROGRAMA DE TRABALHO: 2355

NATUREZA DA DESPESA: 3390

3.2 – O valor total dos contratos será de até R\$ 125.000.000,00 (cento e vinte e cinco milhões de reais), sob demanda, podendo ser utilizado por qualquer uma das agências, ou, por todas, indistintamente, até o valor mencionado, obedecidas às disposições do Manual de Seleção Interna das Agências de Publicidade, publicado na Imprensa Oficial do Estado do Rio de Janeiro.

3.2.1 - O ESTADO se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4 – DO TIPO DE LICITAÇÃO

4.1 A presente licitação rege-se pelo tipo melhor técnica, por preço global, sem prejuízo do disposto no art. 14, *caput* e §§1º a 3º, e no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5 – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1 Poderão participar desta licitação as agências de propaganda que atuem em ramo de atividade compatível com o objeto licitado, registradas ou não no Registro Central de Fornecedores, mantido pela SECC, mediante a entrega na data da apresentação das propostas de cópia autenticada do citado registro e que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

5.1.1. Os licitantes cadastrados deverão, ainda, apresentar os documentos de qualificação técnica previstos no subitem 17.5.

5.2 O Certificado de Registro Cadastral do Estado - CRC, mantido pela Subsecretaria de Recursos Logísticos – SUBLO, poderá ser apresentado em substituição aos documentos elencados no subitem 17.1 do inciso I a IV.

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

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

5.4 Não será permitida a participação na licitação das pessoas físicas e jurídicas arroladas no artigo 9º da Lei n.º 8.666/93.

5.5 - Não será permitida a participação de licitante em regime de consórcio.

5.6 - Não serão admitidas na licitação as empresas punidas, no âmbito da Administração Pública, com as sanções prescritas no art. 7º da Lei nº 10.520/02, bem como nos incisos III e IV do art. 87 da Lei n.º 8.666/93.

6 – DOS NÃO CADASTRADOS

6.1 Os licitantes não cadastrados deverão apresentar os documentos de habilitação indicados na cláusula 17.1.

7 - DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

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

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

7.2 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à

Comissão Especial de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

7.3 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

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

7.5 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 invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 8.2.

8 – DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DAS PROPOSTAS

8.1 No local, data e hora fixados na cláusula 1.1, apresentarão os licitantes suas propostas em 05 (cinco) invólucros, distintos e separados, contendo as propostas técnicas e de preços e os documentos de habilitação das licitantes que deveram ser entregues à Comissão Especial de Licitação.

8.2 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

- **dia: 12/04/2021**
- **hora: às 10:30h**
- **local: Auditório do Prédio Anexo da Secretaria de Estado da Casa Civil, sito à Rua Pinheiro Machado, s/nº, Palácio Guanabara - Laranjeiras, Rio de Janeiro, RJ**

8.2.1 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

8.3 Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

8.4 Da sessão de recebimento e da abertura dos invólucros será lavrada ata circunstanciada, rubricada pelos representantes credenciados, bem como os demais procedimentos licitatórios obedeceram ao disposto

neste Edital, especialmente no Item 22 e na legislação. Serão considerados habilitados os licitantes que atenderem integralmente às condições previstas na cláusula 17 deste edital.

9 – DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

9.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 10.2 e 10.3 deste Edital.

9.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente a Comissão Especial de Licitação, situada na Rua Pinheiro Machado s/n.º, Palácio Guanabara, Anexo II, térreo, Laranjeiras, Rio de Janeiro, RJ, de segunda a sexta-feira, das 09 h às 17 h.

9.1.1.2 O invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O invólucro nº 1 não poderá:

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

Invólucro nº 2

9.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 10.4 deste Edital.

9.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX / 2021 – ESTADO

9.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

9.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 10.5, 10.7 e 10.9 deste Edital.

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

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX / 2021 – ESTADO

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

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

10 – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	

3. Repertório
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

10.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 10.2.2 deste Edital;
4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
6. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
7. alinhamento justificado do texto;
8. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 10.2.1, 10.2.2 e 10.2.3 deste Edital;
9. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
10. sem identificação da licitante.

10.2.1 As especificações do subitem 10.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 10.3.3 e à indicação prevista no subitem 10.3.3.3.6 deste Edital.

10.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária 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:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 10.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

10.2.3 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.

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

10.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 10.2 deste Edital.

10.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ do subitem 9.1.1.2 deste Edital.

10.2.5 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.

10.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 10.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

10.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 9.1.1.2 deste Edital.

10.2.8 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.

10.2.9 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 página previsto no subitem 10.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 10.2, no que couber.

10.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

10.3.1 Subquestito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- 1. análise das características e especificidades do ESTADO e do seu papel no contexto no qual se insere;**
- 2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;**
- 3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.**

10.3.2 Subquestito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;**
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.**

10.3.3 Subquestito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;**
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 10.3.3.3 deste Edital.**

10.3.3.1 A descrição mencionada na alínea ‘a’ do subitem 10.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

10.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 10.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação

mencionada na alínea ‘a’ do subitem 10.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

10.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 10.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) ‘monstro’ ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) ‘boneca’ ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

10.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 10.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

10.3.3.3.2 Na elaboração de ‘monstro’ ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

10.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

10.3.3.3.4 O ‘monstro’ ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

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

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

10.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 10.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

10.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

10.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 10.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

10.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ESTADO a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

10.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 10.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

10.3.4.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;

- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

10.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

10.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 10.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

10.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 10.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

10.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

10.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2018.

10.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 10.7 ou ser apresentadas soltas.

10.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 10.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e

indicadas suas dimensões originais.

10.8.1.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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

10.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ESTADO, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

10.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.10 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato

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

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

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ESTADO, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

10.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 10.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

10.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 10.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2018.

10.10.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 10.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 10.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

10.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 10.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 10.10 para descrição do Relato.

11 – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 19, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

11.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

11.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ESTADO e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ESTADO e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ESTADO, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ESTADO com seus públicos;**
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;**
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ESTADO, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;**
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.**

11.2.1.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;**
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ESTADO, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;**
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;**
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;**
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;**
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;**
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.**

11.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- 1. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;**
- 2. a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;**

3. a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ESTADO e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

11.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ESTADO;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ESTADO na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ESTADO e a licitante;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ESTADO.

11.2.3 Quesito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

11.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

11.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 11 deste Edital.

1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		<somatório da pontuação dos subquesitos>
SUBQUESITOS	1. Raciocínio Básico	<mínimo 5%>
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária	<mínimo 20%>
	3. Ideia Criativa	<mínimo 20%>
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	<mínimo 10%>
2. Capacidade de Atendimento		<máximo 25%>
3. Repertório		<máximo 10%>
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		<máximo 10%>
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

11.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 10.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 11.3.2 deste Edital.

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

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

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

11.3.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 04 (quatro) maiores pontuações, observado o disposto no subitem 11.5 deste Edital.

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

1. apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
2. não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;
3. obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

11.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 19.4 deste Edital.

11.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 04 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 20 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

12 – DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 Os documentos do invólucro nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS deverá estar fechado e rubricado no fecho pelo licitante o qual deverá ser preenchido por processo mecânico ou digitado e devidamente rubricado pelo representante legal. Os preços serão apresentados em algarismos e por extenso e cotados em moeda nacional, prevalecendo, em caso de discrepância, a indicação por extenso, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX / 2021– ESTADO

13 – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo VI e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

13.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo VI, ressalvado os termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993.

13.3 - A Proposta de Preços – Envelope nº 04, deverá estar vinculada ao objeto da presente licitação conforme item 2 deste Edital, observado o seguinte:

13.3.1 Do valor global estimado de R\$125.000.000,00, para os serviços de publicidade de utilidade pública para esta licitação, a parcela do “Desconto de agência” (20%) , calculado sobre o valor acertado para cada veiculação, a reverter para o ESTADO DO RIO DE JANEIRO será de 5% (cinco por cento), conforme a tabela do Anexo “B” das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

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

13.3.3 - Fica desde já estabelecido que será de 100% (cem por cento) o valor percentual deconcedido, a título de ressarcimento, sobre os custos (não acrescidos de honorários e nem de qualquer encargo) dos serviços internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ).

13.3.4 - Que, dos 20% (vinte por cento) do “Desconto de Agência”, reverterá para o ESTADO a parcela de 5% (cinco por cento);

13.3.5 - Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a, no mínimo, 3 (três) fornecedores especializados, aprovados previamente pelo ESTADO DO RIO DE JANEIRO, devidamente cadastrados nos termos do caput do art. 14 da Lei n.º 12.232/2010.

13.4 - Sobre as atividades complementares, constantes o item 2.2 , alíneas *a*, *b* e *c*, do Edital, não veiculadas através de mídia tradicional (televisão, jornal, revista, rádio, etc.), ou qualquer outra que não proporcione DESCONTO DE AGÊNCIA, o ESTADO DO RIO DE JANEIRO pagará uma remuneração de **até 10%** , sobre o valor do serviço, nos termos do item 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

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

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

13.5 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

13.5.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 13.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

13.5.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

13.6 A proposta de preços será feita em moeda nacional e englobará todas as despesas relativas ao objeto do contrato, bem como os respectivos custos diretos e indiretos, tributos, remunerações, despesas fiscais e financeiras e quaisquer outras necessárias ao cumprimento do objeto desta Licitação, salvo expressa previsão legal. Nenhuma reivindicação adicional de pagamento de preços será considerada.

14 – DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1 No local, dia e hora previstos neste edital, em sessão pública, deverão comparecer os licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas, onde serão analisadas as Propostas de Preços

quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital. Os licitantes se farão presentes por seus representantes legais, procuradores ou prepostos, **com identificação**, que, para tanto, deverão estar munidos da carta de credenciamento, firmada pelo representante legal da empresa, com poderes para praticar todos os atos da licitação, inclusive prestar esclarecimentos, receber notificações e se manifestar quanto à desistência de interposição de recurso.

14.2 Serão desclassificadas as propostas que não atenderem, no todo ou em parte, às disposições deste edital, aquelas com preço excessivo e aquelas que tiverem preço manifestamente inexequível **e ainda, a Proposta de Preços que apresentarem preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.**

14.2.1 Havendo dúvida sobre a exequibilidade de uma ou mais propostas, fixará a Comissão prazo não inferior a 72 (setenta e duas) horas para que o(s) licitante(s) comprove(m) a viabilidade de seus preços, solicitando-lhe(s) a composição dos preços unitários.

14.3 Será considerada a licitante melhor classificada a agência que ofertar o menor percentual de Honorários.

14.4 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

15 – DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para o tipo Melhor Técnica.

15.2 Se alguma das 04 (quatro) agências a serem contratadas licitantes mais bem classificadas não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, a Comissão Especial de Licitação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, observada a mesma previsão legal.

15.3 A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

16 – DA HABILITAÇÃO JURÍDICA

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

16.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

16.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5**Documentos de Habilitação**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX / 2021 – ESTADO

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

17 – DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

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

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

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

17.2 Para fins de comprovação da habilitação jurídica, deverão ser apresentados, conforme o caso, os seguintes documentos:

a) Cédula de Identidade e CPF dos sócios ou dos diretores;

b) Registro Comercial, no caso de empresário pessoa física;

- c) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- d) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- e) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- f) A sociedade simples que não adotar um dos tipos regulados nos arts. 1.039 a 1.092, deverá mencionar, no contrato social, por força do art. 997, inciso VI, as pessoas naturais incumbidas da administração;
- g) Ata da respectiva fundação, e o correspondente registro na Junta Comercial, bem como o estatuto com a ata da assembleia de aprovação, na forma do artigo 18 da Lei nº 5.764/71, em se tratando de sociedade cooperativa;

17.3 Regularidade Fiscal e Trabalhista

17.3.1 Para fins de comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, deverão ser apresentados os seguintes documentos:

- a) prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- c) prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, que será realizada da seguinte forma:
 - c.1) Fazenda Federal: apresentação de Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, ou Certidão Conjunta Positiva com efeito negativo, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), que abrange, inclusive, as contribuições sociais previstas nas alíneas a a d, do parágrafo único, do art. 11, da Lei nº 8.212, de 1991;
 - c.2) Fazenda Estadual: apresentação de Certidão Negativa de Débitos, ou Certidão Positiva com efeito de Negativa, perante o Fisco estadual, pertinente ao Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual, Intermunicipal e de Comunicação – ICMS, bem como de Certidão perante a Dívida Ativa estadual, podendo ser apresentada Certidão Conjunta em que constem ambas as informações; ou, ainda, Certidão comprobatória de que o licitante, em razão do objeto social, não esteja sujeito à inscrição estadual;

c.2.1) Caso o licitante esteja estabelecido no Estado do Rio de Janeiro, a prova de regularidade com a Fazenda Estadual será feita por meio da apresentação da Certidão Negativa de Débitos, ou Certidão Positiva com efeito de Negativa, expedida pela Secretaria de Estado de Fazenda, e de Certidão Negativa de Débitos em Dívida Ativa, ou Certidão Positiva com efeito de Negativa, para fins de participação em licitação, expedida pela Procuradoria Geral do Estado, ou, se for o caso, Certidão comprobatória de que o licitante, em razão do objeto social, não esteja sujeito à inscrição estadual;

c.3) Fazenda Municipal: apresentação da Certidão Negativa de Débitos, ou Certidão Positiva com efeito de Negativa do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISS, ou, se for o caso, certidão comprobatória de que o licitante, em razão do objeto social, não esteja sujeito à inscrição municipal;

d) Certificado de Regularidade do FGTS – CRF;

e) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) ou da Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT.

17.3.2 As certidões valerão nos prazos que lhe são próprios; inexistindo esse prazo, reputar-se-ão válidas por 90 (noventa) dias, contados de sua expedição.

17.4 Qualificação Econômico-financeira

17.4.1 Para fins de comprovação da qualificação econômico-financeira, todos os licitantes deverão apresentar certidões negativas de falências e recuperação judicial e extrajudicial expedidas pelos distribuidores da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física. Se o licitante não for sediado na Comarca da Capital do Estado do Rio de Janeiro, as certidões deverão vir acompanhadas de declaração oficial da autoridade judiciária competente, relacionando os distribuidores que, na Comarca de sua sede, tenham atribuição para expedir certidões negativas de falências e recuperação judicial, ou de execução patrimonial.

17.4.1.1 Não será causa de inabilitação do licitante a anotação de distribuição de processo de recuperação judicial ou de pedido de homologação de recuperação extrajudicial, caso seja comprovado, no momento da entrega da documentação exigida no presente item, que o plano de recuperação já foi aprovado ou homologado pelo Juízo competente.

17.4.1.2 Comprovação de ser dotado de capital social ou de patrimônio líquido mínimo igual ou superior a R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), relativo ao valor estimado para a contratação.

17.4.1.3 Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, desde que já exigíveis e apresentados na forma da lei, incluindo Termo de Abertura e Encerramento do livro contábil, que comprovem a boa situação financeira da empresa. Quando encerrados há mais de três meses da data da apresentação da proposta, admitir-se-á atualização de valores, por índices oficiais, sendo vedada a substituição das demonstrações financeiras por balancetes ou balanços provisórios. Os licitantes deverão comprovar que dispõem dos índices econômico-financeiros mínimos previstos a seguir:

a.1) Índice de Liquidez Geral: somente serão qualificados os Licitantes que obtiverem Índice de Liquidez Geral (ILG) igual ou maior do que 1, apurado nas demonstrações financeiras do último exercício financeiro,

calculado de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{ILG} = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}} > \text{OU} = \underline{\hspace{2cm}}$$

a.2) Índice de Liquidez Corrente: somente serão qualificados os Licitantes que obtiverem Índice de Liquidez Corrente (ILC) igual ou maior do que 1, apurado nas demonstrações financeiras do último exercício financeiro, calculado de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{ILC} = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}} > \text{OU} = \underline{\hspace{2cm}}$$

a.3) Índice de Endividamento: somente serão qualificados os Licitantes que obtiverem Índice Endividamento (IE) igual ou menor do que 1, apurado nas demonstrações financeiras do último exercício financeiro, calculado de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{IE} = \frac{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PATRIMÔNIO LÍQUIDO}} = \text{OU} < \underline{\hspace{2cm}}$$

17.4.1.4 Os índices contábeis, calculados pelo licitante para fins de atendimento do dispositivo acima, deverão ser confirmados pelo responsável da contabilidade do licitante, que deverá apor sua assinatura no documento de cálculo e indicar, de forma destacada, seu nome e número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.5 Da Qualificação Técnica

17.5.1 Para fins de comprovação de qualificação técnica, deverão ser apresentados os seguintes documentos:

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

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

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

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

17.6 O licitante deverá apresentar, como anexo da proposta comercial, a Declaração de Elaboração Independente de Proposta, nos termos do Modelo de Declaração constante do Anexo IV.

17.7 Todos os licitantes deverão apresentar declaração, na forma do Anexo III, de que não possuem em seus quadros funcionais nenhum menor de dezoito anos desempenhando trabalho noturno, perigoso ou insalubre ou qualquer trabalho por menor de dezesseis anos, na forma do art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal.

18 – DA ANALISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 5, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 17 deste Edital.

18.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

19 – DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1 - A Licitação de que trata o presente Edital será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação da Secretaria de Estado da Casa Civil, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão avaliadas conforme o subitem 19.2.

19.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

19.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com o ESTADO.

19.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06 (seis) integrantes com vínculo com o ESTADO e 03 (três) sem vínculo com o ESTADO, por ele previamente cadastrados.

19.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

19.3.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 19.3, a Comissão Especial de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 19.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

19.3.2 A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 será publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

19.3.3 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ESTADO, nos termos dos subitens 19.2.1, 19.3 e 19.3.1 deste Edital.

19.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 19.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

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

19.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 19.3 e 19.3.1 deste Edital.

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

19.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 19.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19.4 A Comissão Especial 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. 3º, *caput*, da Lei 8.666/1993.

19.4.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos (Anexos X e XI).

19.4.1.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666/1993, no que couber.

19.4.2 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

20 – DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

20.1 A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

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

21 – DO RECURSO

21.1 Os recursos das decisões da Comissão Especial de Licitação serão apresentados por escrito, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da intimação do ato ou data de lavratura de qualquer das atas, conforme o caso, e dirigidos a Autoridade Ordenadora de Despesas. Reconsiderando ou não sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará a Comissão Especial de Licitação o recurso à autoridade superior, que a ratificará ou não, de forma fundamentada.

21.2 A Comissão Especial de Licitação dará ciência dos recursos aos demais licitantes, que poderão impugná-los no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

21.3 Os recursos contra as decisões referentes à habilitação ou inabilitação do licitante, ou contra o julgamento da proposta **técnica** e de preços, terão efeito suspensivo.

21.4 A intimação dos atos referidos nas alíneas *a*, *b*, *c* e *e* do inciso I do art. 109, da Lei Federal nº 8.666/93 será feita mediante publicação no Diário Oficial do Estado – Parte I, salvo para os casos de habilitação ou inabilitação dos licitantes e julgamento das propostas, se presentes os prepostos de todos os licitantes no ato em que for adotada a decisão, hipótese em que poderá ser feita por comunicação direta aos interessados.

22 – DO JULGAMENTO

22.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

22.2 Caso alguma microempresa ou empresa de pequeno porte apresente preço igual ou superior ao menor preço em até 10% (dez por cento), ela terá preferência de contratação, na forma dos itens seguintes.

- 22.2.1 Após a abertura das propostas de preço, será facultado à microempresa ou empresa de pequeno porte melhor classificada apresentar nova proposta, inferior àquele que foi o menor preço, situação em que será o objeto adjudicado em seu favor. O prazo para apresentação da nova proposta é de 05 (cinco) dias.
- 22.2.2 Não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte melhor classificada, nos termos do item anterior, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem nos limites de preço da cláusula 22.2, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito.
- 22.2.3 No caso de equivalência dos valores apresentados por microempresas ou empresas de pequeno porte que se encontrem nos limites de preço da cláusula 22.2, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta.
- 22.2.4 O disposto nos itens acima somente se aplicará quando a menor oferta inicial não tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte.
- 22.2.5 Na hipótese da não contratação nos termos previstos nas cláusulas 22.2.1, 22.2.2 e 22.2.3, o contrato será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.
- 22.3 O licitante cujo estabelecimento esteja localizado no Estado do Rio de Janeiro, deverá apresentar proposta isenta de ICMS, quando cabível, de acordo com o Convênio CONFAZ nº 26/2003 e a Resolução SEFAZ nº 971/2016, sendo este valor considerado para efeito de competição na licitação.
- 22.4 Em sendo declarada vencedora do certame microempresa ou empresa de pequeno porte com débitos fiscais e trabalhistas, ficará assegurado, a partir de então, o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de negativas, prorrogável por igual período.
- 22.4.1 A prorrogação do prazo deverá sempre ser concedida pela SSCS quando requerida pelo licitante, exceto quando exista urgência na contratação ou prazo insuficiente para a emissão da Nota de Empenho, devidamente justificados.
- 22.4.2 A não regularização da documentação no prazo previsto na cláusula 22.4 implicará a decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei Federal n.º 8.666/93, sendo facultado a SSCS convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou revogar a licitação.
- 22.5 É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.
- 22.6 A critério da Comissão de Licitação, poderão ser relevados erros ou omissões formais, de que não resultem prejuízo para o entendimento das propostas.

23 – DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO E DA CONTRATAÇÃO

23.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras.

23.2 Serão vencedoras desta concorrência as 04 (quatro) agências a serem contratadas licitantes que:

a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 14, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93; e

c) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 18 deste Edital.

23.3 Uma vez homologado o resultado da licitação pela Autoridade Ordenadora de Despesas, serão os licitantes vencedores convocados, por escrito, com uma antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas, para assinatura dos contratos.

23.4 Deixando os adjudicatários de assinarem os contratos no prazo fixado, poderá a SSCS, sem prejuízo da aplicação das sanções administrativas aos faltosos, convocar os licitantes remanescentes que tiverem sido habilitados, na respectiva ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas condições propostas pelo primeiro classificado.

23.5 Na forma da Lei Estadual nº 7.258/16, a empresa com 100 (cem) ou mais empregados alocados ao contrato ficará obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus postos de trabalho com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, habilitadas, na seguinte proporção:

I- até 200 empregados..... 2%;

II - de 201 a 500..... 3%;

III - de 501 a 1.000..... 4%;

IV - de 1.001 em diante. 5%.

23.6 No momento da assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras deveram comprovar que mantém programa de integridade, nos termos da disciplina conferida pela Lei Estadual nº 7.753/17 e eventuais modificações e regulamentos subsequentes, consistindo tal programa no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a Administração Pública.

23.6.1 Caso a futuras contratadas ainda não tenham programa de integridade instituído, a Lei nº 7.753/17 faculta o prazo de 180 (cento e oitenta) dias para a implantação do referido programa, a contar da data da celebração do contrato.

24 – DO PRAZO

24.1 – O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de dd/mm/aaaa, desde que posterior à data de publicação do extrato deste instrumento no D.O., valendo a data de publicação do extrato como termo inicial de vigência, caso posterior à data convencionada nesta cláusula.

24.2 - O prazo contratual poderá ser prorrogado, observando-se o limite previsto no art. 57, II, da Lei n.º 8.666/93, desde que a proposta da CONTRATADA seja mais vantajosa para o CONTRATANTE.

25 – DA GARANTIA

25.1 Exigir-se-á dos licitantes vencedores, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contado da data da assinatura do contrato, uma garantia, a ser prestada em qualquer modalidade prevista pelo § 1º, art. 56 da Lei n.º 8.666/93, da ordem de 1 % (um por cento) do valor do contrato, a ser restituída após sua execução satisfatória.

25.1.1 As garantias, qualquer que seja a modalidade apresentadas pelos vencedores do certame, deverão contemplar a cobertura para os seguintes eventos:

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;
- b) multas punitivas aplicadas pela fiscalização à contratada;
- c) prejuízos diretos causados à **CONTRATANTE** decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
- d) obrigações previdenciárias e trabalhistas não honradas pela **CONTRATADA**.

25.2 A garantia prestada não poderá se vincular a outras contratações, salvo após sua liberação.

25.3 Caso o valor do contrato seja alterado, de acordo com o art. 65 da Lei Federal n.º 8.666/93, a garantia deverá ser complementada, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, para que seja mantido o percentual de 1% (um por cento) do valor do Contrato.

25.4 Nos casos em que valores de multa venham a ser descontados da garantia, seu valor original será recomposto no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, sob pena de rescisão administrativa do contrato.

26 – DA CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

26.1 Os pagamentos serão efetuados, obrigatoriamente, por meio de crédito em conta corrente da instituição financeira contratada pelo Estado cujo número e agência deverão ser informados pelo adjudicatário até a assinatura do contrato.

26.2 No caso de a CONTRATADA estar estabelecida em localidade que não possua agência da instituição financeira contratada pelo Estado ou caso verificada pelo CONTRATANTE a impossibilidade de a CONTRATADA, em razão de negativa expressa da instituição financeira contratada pelo Estado, abrir ou manter conta corrente naquela instituição financeira, o pagamento poderá ser feito mediante crédito em conta

corrente de outra instituição financeira. Nesse caso, eventuais ônus financeiros e/ou contratuais adicionais serão suportados exclusivamente pela CONTRATADA.

26.3 A CONTRATADA deverá encaminhar a fatura para pagamento à Superintendência de Publicidade, sito à Rua Pinheiro Machado, s/n, Prédio Anexo, 6º andar - Laranjeiras, Rio de Janeiro - RJ, acompanhada de comprovante de recolhimento mensal do FGTS e INSS relativa à mão de obra empregada no contrato.

26.4 O pagamento será realizado no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da data final do período de adimplemento de cada parcela.

26.5 Considera-se adimplemento o cumprimento da prestação com a entrega do objeto, devidamente atestada pelo(s) agente(s) competente(s).

26.6 Caso se faça necessária a reapresentação de qualquer fatura por culpa da CONTRATADA, o prazo de 30 (trinta) dias ficará suspenso, prosseguindo a sua contagem a partir da data da respectiva reapresentação.

26.7 Os pagamentos eventualmente realizados com atraso, desde que não decorram de ato ou fato atribuível à CONTRATADA, sofrerão a incidência de atualização financeira pelo IPCA e juros moratórios de 0,5% ao mês, calculado *pro rata die*, e aqueles pagos em prazo inferior ao estabelecido neste edital serão feitos mediante desconto de 0,5% ao mês *pro rata die*.

26.8 Apenas será admitido reajuste dos preços dos serviços contratados, após o período de vigência contratual de 12 (doze) meses.

26.8.1 Os reajustes serão precedidos de requerimento da CONTRATADA, acompanhada de demonstração analítica da alteração dos custos, por meio de apresentação da planilha de custos e formação de preços, contida na LISTA DE CUSTOS REFERENCIAL DE SERVIÇOS INTERNOS do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro – SINAPRO-RJ

26.8.2 – É vedada a inclusão, por ocasião do reajuste, de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quanto se tornarem obrigatórios por força de instrumento legal, sentença normativa, acordo, convenção coletiva ou dissídio.

26.8.3 – Na ausência de lei federal, acordo, convenção ou dissídio coletivo de trabalho, o reajuste contratual poderá derivar de lei estadual que fixe novo piso salarial para a categoria, nos moldes da Lei Complementar nº 103/2000.

26.8.4 - As partes convencionam que o prazo decadencial para o Contratado solicitar o pagamento do reajuste contratual, que deverá ser protocolizado na Unidade Protocoladora do órgão contratante, é de 60 (sessenta) dias, contados da publicação do índice ajustado contratualmente, sob pena de decair o seu respectivo direito de crédito, nos termos do art. 211, do Código Civil.

26.9 O prazo decadencial convencionado para o Contratado solicitar o pagamento do reajuste contratual, que deverá ser protocolizado na Unidade Protocoladora do órgão contratante, é de 60 (sessenta) dias, contados da

publicação do índice ajustado contratualmente, sob pena de decair o seu respectivo direito de crédito, nos termos do art. 211, do Código Civil.

26.10 O contratado deverá emitir a Nota Fiscal Eletrônica – NF-e, consoante o Protocolo ICMS nº 42/2009, com a redação conferida pelo Protocolo ICMS nº 85/2010, e caso seu estabelecimento esteja localizado no Estado do Rio de Janeiro, deverá observar a forma prescrita nas alíneas *a*, *b*, *c*, *d* e *e*, do §1º, do art. 2º, da Resolução SEFAZ nº 971/2016.

27 – ACEITAÇÃO DO OBJETO CONTRATUAL E RESPONSABILIDADE

27.1 - Executado o contrato, o seu objeto será recebido por comissão de fiscalização de contrato composta por 3 (três) membros, na forma prevista no art. 73 da Lei n.º 8.666/93 e na cláusula sétima da minuta de contrato (Anexo VIII), dispensado o recebimento provisório nas hipóteses previstas no art. 74 da mesma lei.

27.2 - O recebimento provisório ou definitivo do objeto do Contrato não exclui a responsabilidade civil a ele relativa, nem a ético-profissional, pela sua perfeita execução do Contrato.

27.3 - Salvo se houver exigência a ser cumprida pelo contratado, o processamento da aceitação provisória ou definitiva deverá ficar concluído no prazo de 30 dias úteis, contados da entrada do respectivo requerimento no protocolo da repartição interessada.

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

27.5 A CONTRATADA é responsável por encargos trabalhistas, inclusive decorrentes de acordos, dissídios e convenções coletivas, previdenciários, fiscais e comerciais oriundos da execução do contrato, podendo o CONTRATANTE, a qualquer tempo, exigir a comprovação do cumprimento de tais encargos.

27.6 A CONTRATADA será obrigada a reapresentar a Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, ou Certidão Conjunta Positiva com efeito negativo, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), que abrange, inclusive, as contribuições sociais previstas nas alíneas a a d, do parágrafo único, do art. 11, da Lei nº 8.212, de 1991 e o Certificado de Regularidade do FGTS – CRF, assim como a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), sempre que expirados os respectivos prazos de validade.

27.7 A ausência da apresentação dos documentos mencionados nos itens 27.6 ensejará a imediata expedição de notificação à CONTRATADA, assinalando o prazo de 10 (dez) dias para a cabal demonstração do cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias e para a apresentação de defesa, no mesmo prazo, para eventual aplicação da penalidade de advertência, na hipótese de descumprimento total ou parcial destas obrigações no prazo assinalado.

27.8 Permanecendo a inadimplência total ou parcial o contrato será rescindido.

27.9 No caso do item 27.8, será expedida notificação à CONTRATADA para apresentar prévia defesa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, para dar início ao procedimento de rescisão contratual e de aplicação da penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de 1 (um) ano.

28 – DAS SANÇÕES

28.1 A inexecução dos serviços, total ou parcial, a execução imperfeita, a mora na execução ou qualquer inadimplemento 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 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.

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

28.2.1 Quando a penalidade envolver prazo ou valor, a natureza e a gravidade da falta cometida também deverão ser considerados para a sua fixação.

28.3 A imposição das penalidades é de competência exclusiva do Secretário de Estado da Casa Civil.

28.3.1 A advertência e a multa, previstas nas alíneas a e b, do item 28.4, serão impostas pelo Ordenador de Despesa, na forma do parágrafo único, do art. 35, do Decreto Estadual nº 3.149/80.

28.3.2 A suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública, prevista na alínea c, do item 28.1, será imposta pelo próprio Secretário de Estado ou pelo Ordenador de Despesa, na forma do parágrafo único, do art. 35, do Decreto Estadual nº 3.149/80, devendo, neste caso, a decisão ser submetida à apreciação do próprio Secretário de Estado.

28.3.3 A aplicação da sanção prevista na alínea d, do item 28.1, é de competência exclusiva do Secretário de Estado.

28.4 A multa administrativa, prevista na alínea b, do item 28.1:

a) corresponderá ao valor de até 5% (cinco por cento) sobre o valor do Contrato, aplicada de acordo com a gravidade da infração e proporcionalmente às parcelas não executadas;

b) poderá ser aplicada cumulativamente a qualquer outra;

- c) não tem caráter compensatório e seu pagamento não exime a responsabilidade por perdas e danos das infrações cometidas;
- d) deverá ser graduada conforme a gravidade da infração;
- e) nas reincidências específicas, deverá corresponder ao dobro do valor da que tiver sido inicialmente imposta, observando-se sempre o limite de 20% (vinte por cento) do valor do contrato ou do empenho, conforme preceitua o artigo 87 do Decreto Estadual n.º 3.149/80.

28.5 A advertência poderá ser aplicada quando a CONTRATADA não apresentar a documentação exigida no item 27.6, no prazo de 10 (dez) dias da sua exigência, o que configura a mora.

28.6 A suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública, prevista na alínea c, do item 28.1:

- a) não poderá ser aplicada em prazo superior a 2 (dois) anos;
- b) sem prejuízo de outras hipóteses, deverá ser aplicada quando o adjudicatário faltoso, sancionado com multa, não realizar o depósito do respectivo valor, no prazo devido;
- c) será aplicada, pelo prazo de 1 (um) ano, conjuntamente à rescisão contratual, no caso de descumprimento total ou parcial do objeto, configurando inadimplemento.

28.7 A declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, prevista na alínea d, do item 28.1, perdurará pelo tempo em que os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração Pública pelos prejuízos causados.

28.7.1 A reabilitação poderá ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

28.8 O atraso injustificado no cumprimento das obrigações contratuais sujeitará a CONTRATADA à multa de mora de 1% (um por cento) por dia útil que exceder o prazo estipulado, a incidir sobre o valor do contrato, da nota de empenho ou do saldo não atendido, respeitado o limite do art. 412 do Código Civil, sem prejuízo da possibilidade de rescisão unilateral do contrato pelo CONTRATANTE ou da aplicação das sanções administrativas.

28.9 Se o valor das multas previstas na alínea b, do item 28.1, e no item 28.7, aplicadas cumulativamente ou de forma independente, forem superiores ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o infrator pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

28.10 A aplicação de sanção não exclui a possibilidade de rescisão administrativa do Contrato, garantido o contraditório e a defesa prévia.

28.11 A aplicação de qualquer sanção será antecedida de intimação do interessado que indicará a infração cometida, os fatos e os fundamentos legais pertinentes para a aplicação da penalidade, assim como a penalidade que se pretende imputar e o respectivo prazo e/ou valor, se for o caso.

28.11.1 Ao interessado será garantido o contraditório e a defesa prévia.

28.11.2 A intimação do interessado deverá indicar o prazo e o local para a apresentação da defesa.

28.11.2.1 A defesa prévia do interessado será exercida no prazo de 5 (cinco) dias úteis, no caso de aplicação das penalidades previstas nas alíneas a, b e c, do item 28.1, e no prazo de 10 (dez) dias, no caso da alínea d, do item 28.1.

28.11.3 Será emitida decisão conclusiva sobre a aplicação ou não da sanção, pela autoridade competente, devendo ser apresentada a devida motivação, com a demonstração dos fatos e dos respectivos fundamentos jurídicos.

28.12 A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato dentro do prazo estipulado pela Entidade, sem que haja justo motivo para tal, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e determinará a aplicação de multa de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, cabendo, ainda, a aplicação das demais sanções administrativas.

28.13 As penalidades previstas no item 28.1 também poderão ser aplicadas aos licitantes e ao adjudicatário.

28.13.1 Os licitantes, adjudicatários e contratantes que forem penalizados com as sanções de suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar e a declaração de inidoneidade para licitar e contratar por qualquer Ente ou Entidade da Administração Federal, Estadual, Distrital e Municipal ficarão impedidos de contratar com a Administração Pública do Estado do Rio de Janeiro enquanto perdurarem os efeitos da respectiva penalidade.

28.14 As penalidades impostas aos licitantes serão registradas pela SSCS no Cadastro de Fornecedores do Estado, por meio do SIGA.

28.14.1 Após o registro mencionado no item acima, deverá ser remetido para a Coordenadoria de Cadastros da Subsecretaria de Recursos Logísticos da SEPLAG o extrato de publicação no Diário Oficial do Estado do ato de aplicação das penalidades citadas nas alíneas c e d do item 28.1, de modo a possibilitar a formalização da extensão dos seus efeitos para todos os órgãos e entidades da Administração Pública do Estado do Rio de Janeiro.

29 – DISPOSIÇÕES

29.1 A presente licitação poderá ser revogada por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, ou anulada no todo ou em parte por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiro, de acordo com o art. 229 da Lei Estadual n.º 287/79 c/c o art. 49 da Lei Federal n.º 8.666/93, assegurado o direito de defesa sobre os motivos apresentados para a prática do ato de revogação ou anulação.

29.2 O objeto da presente licitação poderá sofrer acréscimos ou supressões, conforme previsto no art. 65, § 1º e 2º da Lei n.º 8.666/93.

29.2.1 Na hipótese de acréscimo de itens não especificados originariamente, o respectivo termo aditivo deverá observar não só o que dispõe o item 29.2 como também o preço desses itens deverá ser calculado considerando as referências de custo especificadas no orçamento-base da licitação, subtraindo desse preço de referência a diferença percentual entre o valor do orçamento-base e o valor global obtido na licitação, com vistas a garantir o equilíbrio econômico-financeiro do contrato e a manutenção do percentual de desconto oferecido pelo contratado.

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

29.4 A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

29.5 Quando da homologação do resultado do certame, e desde que não haja recurso administrativo pendente, ação judicial em curso ou qualquer outro fato impeditivo, os licitantes inabilitados deverão ser notificados a retirar os envelopes de PROPOSTAS DE PREÇOS, no prazo de 60 dias do recebimento da comunicação. Se houver recusa expressa ou tácita dos interessados, a Comissão de Licitação ou o agente público competente estará autorizado a inutilizar os envelopes.

29.6 Acompanham este instrumento convocatório os seguintes anexos:

Anexo I – Briefing – Exercício Criativo;

Anexo II – Modelo de Procuração (Credenciamento);

Anexo III – Modelo de Declaração de Atendimento ao Disposto no Art. 7º, inciso XXXIII;

Anexo IV – Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

Anexo V – Processamento e Julgamento das Propostas Técnicas;

Anexo VI – Formulário Oficial de Proposta de Preços;

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

Anexo VIII – Minuta de Contrato;

Anexo IX – Declaração de Inexistência de Penalidade

Anexo X – Termo de Responsabilidade da Comissão Especial de Licitação

Anexo XI - Termo de Responsabilidade da Subcomissão Técnica

Anexo XII – Minuta Manual de Seleção Interna

29.7 Os casos omissos serão resolvidos pela autoridade superior, observados os princípios que informam a atuação da Administração Pública.

29.8. Ficam os licitantes sujeitos às sanções administrativas, cíveis e penais cabíveis caso apresentem, na licitação, qualquer declaração falsa que não corresponda a realidade dos fatos.

9.9 O foro da cidade do Rio de Janeiro é designado como o competente para dirimir quaisquer controvérsias relativas a esta licitação e à adjudicação, contratação e execução dela decorrentes.

Rio de Janeiro, 19 de fevereiro de 2021

Nicola Moreira Miccione
Secretário de Estado da Casa Civil



Documento assinado eletronicamente por **Nicola Moreira Miccione, Secretário de Estado**, em 19/02/2021, às 20:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento nos art. 21º e 22º do [Decreto nº 46.730, de 9 de agosto de 2019](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.fazenda.rj.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=6, informando o código verificador **13685041** e o código CRC **E2193310**.

Referência: Processo nº E-12/207/694/2019

SEI nº 13685041