

## TERMO DE REFERÊNCIA

(Processo Administrativo nº 1.691.314)

### 1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1 Contratação de serviços de agência e publicidade e propaganda para prestação de serviços especializados de comunicação institucional, abrangendo planejamento estratégico, criação, produção, execução, veiculação, monitoramento, mensuração e otimização de campanhas publicitárias do CRECI-RJ, em meios *on-line* e *off-line*, com atuação integrada em mídia exterior (OOH), mídia impressa, mídia digital, audiovisual e ações especiais de comunicação, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento e seus anexos:

LOTE ÚNICO						
Item	Código do produto/serviço	Nome do produto/serviço	Quant.	Unidade	Preço máximo	Preço máximo total
1	892	Serviços em comunicação e marketing, abrangendo planejamento, desenvolvimento de estratégias, monitoramento, atendimento, relacionamento digital, impulsionamento e produção de conteúdo para mídia digital, física e radiodifusão:	1,00	SERV	R\$ 600.000,00	R\$ 600.000,00
TOTAL						R\$ 600.000,00

1.2 O serviço objeto desta contratação é caracterizado como de natureza publicitária, os quais exigem expertise e qualificação técnica específica, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.3 O prazo de vigência da contratação será de 12 (doze) meses, contados da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133 de 2021.

### 2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. O Setor de Comunicação é a unidade responsável por planejar, organizar, coordenar, executar e veicular as atividades inerentes à comunicação social de natureza institucional e de fiscalização do Conselho Regional de Corretores de Imóveis da 1ª Região (CRECI-RJ). Entre suas competências, destacam-se a divulgação de atos normativos, a prestação de contas à sociedade e aos profissionais registrados, o apoio às delegacias regionais e a interlocução com os veículos de imprensa sobre o mercado imobiliário e a ética profissional no estado do Rio de Janeiro.

2.2. Tendo em vista a evolução das tecnologias de mídia e as responsabilidades do Setor de Comunicação, a imagem do CRECI-RJ deve ser difundida de forma que transmita com máxima eficiência seus princípios, sendo condizente com sua missão de fiscalizar e valorizar a profissão de corretor de imóveis. Dessa forma, a contratação de serviços de publicidade se faz necessária para atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, efetivados por meio de ações que visam difundir ideias e princípios éticos, posicionar o Conselho, disseminar iniciativas de combate ao exercício ilegal da profissão e orientar o público em geral sobre a segurança nas transações imobiliárias.

2.3. As atividades prestadas são de natureza contínua e visam atender à necessidade pública de forma permanente por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público e o funcionamento das atividades finalísticas do Conselho. A interrupção destas atividades comprometeria a prestação do serviço público, o cumprimento da missão institucional e o dever de transparência ativa perante os profissionais inscritos e a sociedade fluminense.

2.4. A fim de manter as atividades de comunicação de forma ininterrupta, garantindo a eficiência e a eficácia da Autarquia, o objeto desta contratação é a prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda. Esta compreenderá o conjunto de atividades integradas que objetivam o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto aos públicos de interesse do CRECI-RJ.

2.5. Os serviços de publicidade são de uso contínuo e indispensáveis para a instituição, estando alinhados ao Plano Estratégico do Conselho e à sua Política de Comunicação Institucional, visando o fortalecimento da categoria e a proteção da sociedade.

2.6. O objeto da contratação encontra-se devidamente previsto no Plano de Contratações Anual do CRECI-RJ, em conformidade com as diretrizes de governança e planejamento orçamentário da Autarquia.

### **3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERANDO O CICLO DE VIDA DO OBJETO**

3.1 A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

3.2. Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto da presente contratação envolve o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a

supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias, informar o público em geral e promover os serviços e as ações institucionais do CRECI-RJ.

3.2.1. Também integram o objeto desta licitação, 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 sobre o mercado imobiliário, o público-alvo (corretores de imóveis e sociedade), os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

**b)** à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

**c)** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações de valorização do profissional corretor de imóveis e de fiscalização do Conselho.

**3.3.** A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir os princípios éticos da profissão, posicionar os programas do Conselho, disseminar campanhas de combate ao exercício ilegal da profissão, além de informar e orientar o público sobre a segurança nas transações imobiliárias.

**3.4.** O planejamento previsto no subitem 3.2 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios de divulgação tradicionais (*off-line*) quanto nos digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação do CRECI-RJ, devendo prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição e otimização de resultados.

**3.5.** As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.2.1 terão a finalidade de:

**a)** gerar conhecimento sobre o mercado imobiliário fluminense, o perfil dos corretores de imóveis e os meios mais eficazes para divulgação das campanhas;

**b)** aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens institucionais;

**c)** possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com as competências do Conselho.

**3.6.** Os serviços previstos neste objeto não abrangem as atividades de assessoria de imprensa, relações públicas, assessoria de comunicação interna, patrocínio ou a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

**3.7.** Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada Contratada.

**3.8.** Os serviços serão executados por licitante cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que possua o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos das exigências da Lei nº 12.232/2010.

**3.9.** A agência atuará por ordem e conta do CRECI-RJ (Anunciante), em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para execução das atividades complementares e de veículos de divulgação.

**3.10.** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços essenciais de planejamento, criação e conceituação previstos neste Termo de Referência.

#### **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

##### **Sustentabilidade**

4.1 Além dos critérios de sustentabilidade eventualmente inseridos na descrição do objeto, devem ser atendidos os seguintes requisitos, que se baseiam no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis:

4.2. A assessoria contratada, sempre que possível, deverá adotar práticas sustentáveis na Produção de Mídia Exterior (OOH), utilizando materiais de baixo impacto de forma a priorizar o uso de substratos reciclados, recicláveis ou biodegradáveis na produção de lonas, adesivos e banners.

4.3 Sempre que possível, utilizar tintas Ecológicas, preferencialmente, tintas à base de água ou com baixos índices de Compostos Orgânicos Voláteis (VOCs), reduzindo a emissão de poluentes atmosféricos durante a impressão.

4.4 A agência deverá apresentar um plano de descarte adequado para os materiais retirados após a veiculação (lonas de outdoors, busdoors, etc.), priorizando a doação para cooperativas de reciclagem ou projetos de upcycling (reutilização criativa).

4.5. No caso de painéis digitais e telas de LED, garantir que os equipamentos utilizem tecnologias de baixo consumo de energia e possuam sensores de luminosidade para ajuste automático de brilho.

4.6. Para materiais impressos, priorizar papéis com certificação florestal (como FSC ou PEFC), que garantem o manejo sustentável das florestas.

4.7. Para redução de desperdício, deve o contratante otimizar o aproveitamento de papel e insumos nos processos de diagramação e prova, evitando excedentes de produção, sobras de estoque.

4.8. Na produção audiovisual, adotar práticas de redução de plásticos descartáveis, gestão de resíduos e preferência por iluminação de LED, visando menor consumo energético.

4.9. As peças criativas e as campanhas produzidas para o CRECI-RJ deverão zelar pela diversidade étnica, de gênero e geracional, promovendo uma comunicação inclusiva e livre de estereótipos.

4.10. Para fins de acessibilidade digital, deve garantir que as peças para redes sociais e vídeos institucionais incluam recursos de acessibilidade, como legendas, janelas de LIBRAS, quando solicitado, e audiodescrição.

4.11. A contratada deverá priorizar fluxos de aprovação 100% digitais, evitando a impressão de layouts, roteiros e relatórios para fins de revisão, utilizando ferramentas de gestão em nuvem.

#### **Subcontratação**

4.12. Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

#### **Garantia da contratação**

4.13. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, com validade durante a execução do contrato e 90 (noventa) dias após término da vigência contratual, podendo o Contratado optar pela caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia, fiança bancária ou título de capitalização, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total da contratação.

4.14. Em caso de opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária deverá apresentá-la, no máximo, até a data de assinatura do contrato.

4.15. A apólice de seguro-garantia permanecerá em vigor mesmo que o Contratado não pague o prêmio nas datas convencionadas.

4.15.1 Caso o adjudicatário não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, ocorrerá a preclusão do direito de escolha dessa modalidade de garantia.

4.15.2 A apólice de seguro-garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

4.15.3 Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvados os períodos de suspensão contratual.

4.15.4 Caso o adjudicatário não opte pelo seguro-garantia ou não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, deverá apresentar, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contado da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia nas modalidades de caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, fiança bancária ou títulos de capitalização.

4.16.5 Caso seja a garantia em dinheiro a modalidade de garantia escolhida pelo Contratado, deverá ser efetuada em favor do Contratante, em conta específica na Caixa Econômica Federal, com correção monetária.

4.16.6. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério competente.

4.16.7. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

4.17 Na hipótese de opção pelo título de capitalização, a garantia deverá ser custeada por pagamento único, com resgate pelo valor total, sob a modalidade de instrumento de garantia, emitido por sociedades de capitalização regulamente constituídas e autorizadas pelo Governo Federal.

4.17.1. O título de capitalização deverá ser apresentado ao Contratante juntamente com as condições gerais e o número do processo administrativo sob o qual o plano de capitalização foi aprovado pela Susep (art. 8º, III, da Circular SUSEP nº 656, de 11 de março de 2022).

4.18. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, sob pena de não aceitação, o pagamento de:

4.18.1. prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

4.18.2. multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e

4.18.3 obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pelo Contratado.

4.19 A apólice do seguro-garantia ou a fiança bancária deverá ter cobertura para o pagamento direto ao empregado das verbas devidas em razão da inadimplência do Contratado.

4.19.1 O pagamento direto não pode estar condicionado ao trânsito em julgado de decisão judicial, sendo suficiente decisão definitiva em processo administrativo, que apure o montante devido.

4.20 No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, contado da data de assinatura do termo aditivo ou da emissão do apostilamento, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

4.21. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o Contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

4.22. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contados da data em que for notificada.

4.23. O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

4.23.1 O emitente da garantia ofertada pelo Contratado deverá ser notificado pelo Contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

4.23.2 Caso se trate da modalidade seguro-garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro, nos termos do art. 20 da Circular Susep nº 662, de 11 de abril de 2022.

4.24. Extinguir-se-á a garantia com a restituição da carta fiança, autorização para a liberação de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia ou anuência ao resgate do título de capitalização, acompanhada de declaração do Contratante, mediante termo circunstanciado, de que o Contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato.

4.25. A extinção da garantia na modalidade seguro-garantia observará a regulamentação da Susep.

4.25.1 A Administração deverá apurar se há alguma pendência contratual antes do término da vigência da apólice.



4.26. A garantia somente será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.

4.27. O Contratado autoriza o Contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista neste Termo de Referência.

4.28. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo Contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à contratada.

4.29. A garantia de execução é independente de eventual garantia do produto ou serviço prevista neste Termo de Referência.

### **Vistoria**

4.30. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

## **5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

### **Condições de Execução**

5.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:

5.1.1. A partir das demandas e necessidades relacionadas à comunicação institucional do Conselho, o Setor de Comunicação do CRECI-RJ acionará a agência de publicidade contratada, para estudar as melhores estratégias para que sejam alcançadas a eficiência e a eficácia da ação, observando rigorosamente o princípio da economicidade e o interesse público.

5.1.2. Antes de sua execução, toda e qualquer ação publicitária deverá ser formalizada através de um Briefing ou Ordem de Serviço (OS), contendo o detalhamento da estratégia, os roteiros, os layouts das peças e as estimativas de custos de produção e mídia, para análise e validação técnica do Setor de Comunicação.

**5.1.3.** As propostas de ações publicitárias serão submetidas à análise de conformidade do Setor de Comunicação e da Diretoria do CRECI-RJ. A análise envolverá dois aspectos fundamentais:

**Conteúdo:** Verificação da conformidade com os objetivos estratégicos do Conselho, observância ao Manual de Identidade Visual e aderência ao discurso institucional de valorização do corretor de imóveis e proteção da sociedade.

**Mídia:** Verificação da adequação do planejamento de mídia, critérios técnicos de alcance, frequência e perfil do público-alvo, garantindo que os recursos sejam aplicados nos veículos de maior impacto para a categoria e para o cidadão.

**5.1.4.** Somente após a aprovação formal e por escrito (via e-mail institucional ou sistema de gestão interna) pelo CRECI-RJ, a ação poderá ser iniciada. A finalização da demanda ocorrerá



com a sua veiculação, execução ou instalação, as quais devem, obrigatoriamente, ser registradas pela agência contratada por meio de comprovantes de veiculação (checking), registros fotográficos ou vídeos. Tais evidências deverão ser anexadas ao respectivo processo de pagamento para fins de conferência, auditoria e armazenamento.

### **Local e horário da prestação dos serviços**

5.2. O serviço deverá ser executado no Estado do Rio de Janeiro.

### **Rotinas a serem cumpridas**

**5.3.** Para a produção de peças e veiculação de mídia, serão criadas demandas específicas baseadas no planejamento estratégico do Conselho. Confirmada a necessidade institucional, o Setor de Comunicação do CRECI-RJ definirá as diretrizes e objetivos de cada ação.

**5.2.** A demanda será formalizada junto à agência de publicidade contratada, que deverá apresentar propostas orçamentárias detalhadas para a execução. O Setor de Comunicação, utilizando como referência valores de contratações anteriores e pesquisas de preços de mercado, avaliará a conformidade dos orçamentos e negociará os custos junto à agência, zelando sempre pelo princípio da economicidade e pela eficiência na aplicação dos recursos da Autarquia.

**5.3.** Após a validação técnica e orçamentária pelo Setor de Comunicação, a proposta de ação publicitária será submetida à aprovação da Diretoria e/ou Presidência do CRECI-RJ. A solicitação de aprovação deve ser acompanhada de justificativa clara, detalhando a necessidade da ação, o público-alvo a ser atingido e os resultados esperados para o Conselho e para a categoria dos corretores de imóveis.

**5.4.** A análise institucional para aprovação final observará dois aspectos técnicos principais:

**Conteúdo:** Verificação da conformidade com a missão do CRECI-RJ, respeito à legislação vigente, normas do Conselho Federal de Corretores de Imóveis (COFECI) e aderência ao posicionamento institucional.

**Mídia:** Avaliação da adequação do plano de mídia, garantindo que a escolha dos veículos e formatos (on-line e off-line) seja técnica e ofereça o melhor custo-benefício para a divulgação das mensagens do Conselho no Estado do Rio de Janeiro.

**5.5.** Uma vez autorizada, a ação será efetivada pela agência contratada. Após a conclusão da demanda, a agência deverá apresentar o relatório de finalização acompanhado das devidas evidências (comprovantes de veiculação, notas fiscais de terceiros e registros fotográficos). O processo de pagamento será instruído mediante a atestação dos serviços pelo fiscal do contrato, para o devido prosseguimento dos trâmites financeiros.

### **Informações relevantes para o dimensionamento da proposta**

**5.6** Criação e produção de campanhas publicitárias e institucionais destinadas à promoção da regularidade profissional, combate ao exercício ilegal da profissão e divulgação de serviços do Conselho. As campanhas devem visar a sociedade fluminense e, especificamente, os corretores de imóveis e empresas imobiliárias, com veiculação em: Internet: Redes sociais, portais de notícias e Google Ads; Rádio e TV: Emissoras de grande alcance no estado do Rio de Janeiro; Mídia Exterior e Digital (OOH/DOOH): Outdoor, busdoor, painéis em estações de VLT/Metrô e bancas digitais; Canais Institucionais: Site oficial, revista e informativos do CRECI-RJ.

**5.7.** Produção gráfica e diagramação de livros digitais (E-books), cartilhas de orientação técnica, manuais de ética e relatórios anuais de gestão, visando a atualização profissional dos corretores e a transparência das atividades do Conselho perante a sociedade.

**5.8** Criação de identidade visual e material promocional para eventos de capacitação (como o Encontro de Corretores, palestras da Unicreci e campanhas de convênios/benefícios exclusivos para os profissionais registrados no estado do Rio de Janeiro.

**5.9.** O dimensionamento da proposta da licitante deverá ser o menor preço em cima do orçamento estimativo apresentado pela Administração. Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece os incisos do art. 6º da Lei nº12.232/2010, bem como as condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, conforme determina o Decreto nº 4.563/2002, são estabelecidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

**5.10** A agência contratada deverá atuar de forma completa e integrada, sendo responsável por todas as etapas do processo publicitário, incluindo, mas não se limitando a:

**5.11** Planejamento Estratégico: Diagnóstico de comunicação institucional; Planejamento anual, semestral ou por campanha; Definição de objetivos, públicos-alvo, mensagens-chave e indicadores de desempenho (KPIs); Planejamento integrado de mídia on-line e off-line; Proposição de estratégias criativas e de veiculação.

**5.12** Gestão de Projetos e Atendimento: Atendimento dedicado ao CRECI-RJ; Gestão de cronogramas, fluxos de aprovação e entregas; Interface com fornecedores, veículos e parceiros; Controle de prazos, custos e qualidade.

**5.13** Mídia Exterior – OOH (Out of Home): O controle criativo, conceitual e institucional das campanhas permanecerá sob responsabilidade do CRECI-RJ, podendo o desenvolvimento criativo e de artes ser realizado de forma compartilhada com a agência contratada, conforme definido em cada demanda específica. A agência deverá disponibilizar, operar, negociar e gerenciar espaços de mídia exterior, sendo obrigatória a apresentação prévia ao CRECI-RJ de todas as opções disponíveis para análise e escolha.

5.14 Disponibilização de Espaços: A contratada deverá possuir carteira própria, representações ou parcerias comerciais que garantam acesso aos espaços de mídia; Disponibilizar catálogo detalhado de pontos e formatos; Apresentar mapas de localização, fotos, simulações e dados de circulação; Informar alcance estimado, frequência, perfil de público e impacto visual; Permitir ao CRECI-RJ a seleção, substituição ou priorização dos espaços ofertados.

5.15 Tipos de Mídia OOH: Incluem, obrigatoriamente, mas não se limitam a: Outdoors convencionais, front-light e back-light; Outdoors especiais e formatos diferenciados; Painéis de LED estáticos ou digitais; Painéis eletrônicos urbanos; Busdoor (laterais, traseiras e internos); Mídia em barcas e embarcações (adesivação externa, painéis internos, TVs a bordo); Telemídia em elevadores residenciais, comerciais e corporativos; Relógios de rua, mobiliário urbano e abrigos de ônibus; Mídia em estações, terminais e áreas de grande circulação; Novas tecnologias e formatos OOH que venham a surgir durante a vigência contratual.

5.16 Produção e Operação OOH: Produção gráfica ou digital das peças; Logística de instalação, manutenção e retirada; Substituição de peças danificadas; Registro fotográfico da veiculação; Garantia de conformidade legal, urbana e regulatória.

5.17 Criação e Desenvolvimento de Campanhas: O controle criativo, conceitual e institucional, como também a produção gráfica e audiovisual das campanhas permanecerá sob responsabilidade do CRECI-RJ, podendo o desenvolvimento criativo e de artes ser realizado de forma compartilhada com a agência contratada, conforme definido em cada demanda específica.

5.18 Governança Criativa: O CRECI-RJ deterá a palavra final sobre conceitos, linhas criativas, linguagem, identidade visual e mensagens institucionais; A agência poderá sugerir layouts, peças e soluções criativas, sempre sujeitas à validação e aprovação prévia do CRECI-RJ; O desenvolvimento de artes poderá ocorrer de três formas: **a)** Integralmente pelo CRECI-RJ (agência faz apenas adaptação e produção); **b)** De forma compartilhada entre as partes; **c)** Integralmente pela agência (quando solicitado expressamente).

5.19 Tipos de Campanhas: Campanhas institucionais de grande porte; Campanhas educativas e de conscientização; Campanhas promocionais e informativas; Ações pontuais e datas comemorativas; Desdobramentos multiplataforma.

5.20 Serviços Criativos Executáveis pela Agência: Redação publicitária e adequação de textos; Direção de arte e design gráfico; Desenvolvimento e finalização de layouts; Adaptação de peças para múltiplos formatos; Garantia de conformidade com a identidade visual do CRECI-RJ.

5.21 Produção Audiovisual: A agência será responsável por toda a cadeia de produção audiovisual.

5.22 Tipos de Conteúdo: Vídeos institucionais; Filmes publicitários; Vídeos educativos e explicativos; Conteúdos para redes sociais e plataformas digitais; Animações, motion graphics e vídeos informativos.

5.23 Etapas da Produção: Roteirização (Caso seja solicitado pelo Creci – RJ), Planejamento e pré-produção; Captação de imagens e áudio; Edição, finalização e pós-produção; Locução, legendagem e trilha sonora; Adequação técnica para cada meio de veiculação.

5.24 Mídias Tradicionais: Televisão: Planejamento e compra de mídia em TV aberta e fechada; Produção e adaptação de filmes publicitários; Negociação de formatos, horários e pacotes; Adequação aos padrões técnicos das emissoras.

5.25 Rádio: Planejamento e veiculação em rádios AM, FM e web; Produção de spots, jingles e vinhetas; Segmentação geográfica e por público; Controle de inserções e comprovação de veiculação.

5.26 Mídia Impressa: Planejamento e compra de espaço em jornais, revistas e publicações especializadas; Criação, diagramação e finalização de anúncios (Quando solicitado pelo Creci – RJ) Produção de materiais gráficos institucionais; Acompanhamento de circulação e alcance.

5.27 - Mídia Digital e Performance

5.27.1 - Gestão de Anúncios em Redes Sociais: Planejamento e execução de campanhas patrocinadas; Gestão de anúncios em Meta (Facebook e Instagram), LinkedIn, TikTok, YouTube e plataformas similares; Segmentação avançada de públicos; Testes A/B e otimização contínua.

5.27.2 - Google Ads e Plataformas Digitais: Campanhas na Rede de Pesquisa, Display, YouTube e parceiros; Definição de palavras-chave e estratégias de conversão; Gestão de orçamento e lances; Monitoramento de métricas e desempenho.

5.27.3 - Monitoramento e Relatórios: Definição de KPIs; Relatórios periódicos detalhados; Análise de resultados; Recomendações estratégicas para otimização.

5.27.4 - Serviços Complementares e Estratégicos: Poderão ser incluídos como parte do contrato ou como serviços adicionais: Planejamento integrado de comunicação institucional; Pesquisa de imagem e percepção institucional; Gestão de crises de comunicação; Ações com influenciadores digitais; Mídia programática; Produção e cobertura de eventos institucionais; Consultoria em branding e posicionamento; Adequação às normas legais, éticas, LGPD e regulamentos internos.

5.27.5 - Integração, Governança e Aprovação: O CRECI-RJ será responsável pelo fornecimento de diretrizes estratégicas e conteúdos institucionais; A agência será responsável por toda a execução técnica e operacional; Todas as peças deverão ser previamente aprovadas pelo CRECI-RJ; A contratada deverá manter registros, comprovações de veiculação e histórico das campanhas; Os serviços deverão observar princípios de legalidade, economicidade, eficiência, transparência e interesse público.

**Especificação da garantia do serviço** (art. 40, §1º, inciso III, da Lei nº 14.133, de 2021)

5.28. O prazo de garantia contratual dos serviços é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

## **Procedimentos de transição e finalização do contrato**

5.29. Não há procedimentos de transição.

## **6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

6.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2 Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.5 Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

### **Preposto**

6.6. A Contratada designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto contratado.

6.7. A Contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que a Contratada designará outro para o exercício da atividade.

### **Fiscalização**

6.8 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

### **Fiscalização Técnica**

6.9 O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI);

6.10 O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º e Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II);

6.11 Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III);

6.12 O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, IV);

6.13 No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprezadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, V);

6.14 O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VII).

### **Fiscalização Administrativa**

6.15 O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário (Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022).

6.16 Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV).

### **Gestor do Contrato**

6.17 O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de

gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).

6.18 O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).

6.19 O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).

6.20 O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).

6.21 O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).

6.22 O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).

6.23 O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

## **7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO**

7.1. A avaliação da execução do objeto utilizará Instrumento de Medição de Resultado (IMR), conforme previsto no Anexo do Edital.

7.1.1. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

7.1.1.1. não produzir os resultados acordados,



7.1.1.2. deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

7.1.1.3. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

7.2. A utilização do IMR não impede a aplicação concomitante de outros mecanismos para a avaliação da prestação dos serviços.

7.3. A aferição da execução contratual para fins de pagamento considerará os seguintes critérios:

7.3.1 A CONTRATADA deverá entregar o serviço seguindo as especificações dadas pela CONTRATANTE, como tamanho, tipo de material, cores, lugares e dias a serem entregues e instalados. As mídias digitais deverão seguir o padrão estabelecido pela CONTRATANTE, como tempo de vídeo, imagens, dia adequado para postagem e utilizar a norma padrão da língua portuguesa. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

#### **Do recebimento**

7.4. O recebimento provisório será realizado após a conclusão de cada demanda ou etapa do cronograma de veiculação, mediante a ocorrência do seguinte fato gerador: a entrega formal do Relatório de Finalização pela Contratada, por meio de comunicação de cobrança enviada ao CRECI-RJ.

7.5. O prazo para recebimento provisório será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do Contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.

7.6. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico. **(Art. 22, X, Decreto nº 11.246, de 2022).**

7.7. O fiscal administrativo do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo. **(Art. 23, X, Decreto nº 11.246, de 2022 ).**

7.8. O fiscal setorial do contrato, quando houver, realizará o recebimento provisório sob o ponto de vista técnico e administrativo.

7.9. Para efeito de recebimento provisório, será considerado para fins de faturamento o período baseado no percentual de execução do serviço.

7.10. Ao final de cada período/evento de faturamento:

7.11. o fiscal técnico do contrato deverá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em

consonância com os indicadores previstos no ato convocatório, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

7.12. Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do termo detalhado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último.

7.13. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no recebimento provisório.

7.14. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no recebimento provisório. **(Art. 119 c/c art. 140 da Lei nº 14133, de 2021)**

7.15. O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes de campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis.

7.16. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.17. Quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o Termo Detalhado deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em relação à fiscalização técnica e administrativa e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo.

7.18. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de **15 (quinze) dias corridos**, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:

7.18.1. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial, quando houver, no cumprimento de obrigações assumidas pelo Contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações, conforme regulamento **(art. 21, VIII, Decreto nº 11.246, de 2022)**.

7.18.2. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando ao Contratado, por escrito, as respectivas correções;

7.18.3. Emitir Termo Detalhado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

7.18.4. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

7.18.5. Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

7.19. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal quanto à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.20. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo Contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.

7.21. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

### **Liquidação**

7.22. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §2º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.

7.23. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.24. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

7.24.1. o prazo de validade;

7.24.2. a data da emissão;

7.24.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

7.24.4. o período respectivo de execução do contrato;

7.24.5. o valor a pagar; e

7.24.6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.25. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;

7.26. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ao SICAF ou, na impossibilidade de

acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

7.27. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, que implique proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas (INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 26 DE ABRIL DE 2018).

7.28. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.

7.29. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

7.30. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

7.31. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

### **Prazo de pagamento**

7.32. A forma de remuneração para os serviços de publicidade é regulamentada pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, cuja legalidade é garantida pelo art. 7º do Decreto Federal nº

57.690/66, no qual estipula como referência para o pagamento de honorários e reembolso das despesas a regras constantes nas Normas-Padrão de Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

7.32.1. A remuneração das agências de publicidade é realizada por meio do reembolso de seus custos internos e pelo pagamento de honorários sobre os valores orçados junto a fornecedores especializados, quando não geram veiculação.

7.32.2. Pelas normas-padrão, o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo sindicato da base territorial onde a agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

7.32.3. Além dos custos internos e dos honorários, quando a execução do contrato envolve veiculação em mídias, a agência contratada recebe dos veículos - com fundamento legal no art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10 - o desconto padrão de agência.

7.32.4. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até trinta dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022.

7.33. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.

### **Forma de pagamento**

7.34. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

7.35. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

7.36. Os preços inicialmente contratados são fixos e irredutíveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado.

7.36.1. Após o interregno de um ano, e independente de pedido da contratada, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), exclusivamente para as obrigações iniciais e concluídas após a ocorrência da anualidade, com base na fórmula presente no art. 5º do Decreto nº 1.054, de 1994.

7.36.2. O reajuste será feito com a data-base vinculada à data do orçamento estimado.

7.36.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de 1 (um) ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

7.36.4. No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o contratante pagará à contratada a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo.

7.36.5. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser.

7.36.6. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de Termo Aditivo.

7.36.7. O reajuste será realizado por apostilamento.

7.37. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

7.37.1. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

7.38. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

### **Cessão de crédito**

7.39. É admitida a cessão fiduciária de direitos creditícios com instituição financeira, nos termos e de acordo com os procedimentos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME nº 82, de 21 de fevereiro de 2025, conforme as regras deste presente tópico.

7.39.1. As cessões de crédito não fiduciárias dependerão de prévia aprovação do contratante.

7.40. A eficácia da cessão de crédito, de qualquer natureza, em relação à Administração, está condicionada à celebração de termo aditivo ao contrato administrativo.

7.41. Sem prejuízo do regular atendimento da obrigação contratual de cumprimento de todas as condições de habilitação por parte do contratado (cedente), a celebração do aditamento de cessão de crédito e a realização dos pagamentos respectivos também se condicionam à regularidade fiscal e trabalhista do cessionário, bem como à certificação de que o cessionário não se encontra impedido de licitar e contratar com o Poder Público, conforme a legislação em vigor, ou de receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, conforme o art. 12 da Lei nº 8.429, de 1992, tudo nos termos do Parecer JL-01, de 18 de maio de 2020.

7.42. O crédito a ser pago à cessionária é exatamente aquele que seria destinado à cedente (contratado) pela execução do objeto contratual, restando absolutamente incólumes todas as defesas e exceções ao pagamento e todas as demais cláusulas exorbitantes ao direito comum aplicáveis no regime jurídico de direito público incidente sobre os contratos administrativos, incluindo a possibilidade de pagamento em conta vinculada ou de pagamento pela efetiva comprovação do fato gerador, quando for o caso, e o desconto de multas, glosas e prejuízos causados à Administração.

7.43. A cessão de crédito não afetará a execução do objeto contratado, que continuará sob a integral responsabilidade do contratado.

## **8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO**

8.1 O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de **LICITAÇÃO**, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, sob a forma **ELETRÔNICA**, com adoção do critério de julgamento pelo **TÉCNICA E PREÇO** de acordo com o que estabelece a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

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

8.3. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

8.4. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

8.5. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, 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 ANUNCIANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta e sua exequibilidade;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

8.6. Subquesito 3 - Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing e sua exequibilidade;

c) a adequação das peças publicitárias e adequação da linguagem 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;

#### 8.7. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) 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;

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

c) 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 ANUNCIANTE 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.

#### 8.8. 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 ANUNCIANTE;

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

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

#### 8.9. 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.

#### 8.10. 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

<b>QUESITOS</b>	<b>SUBQUESITOS</b>
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia

2. Capacidade de Atendimento
3. Repertório
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

#### **Da empresa a ser contratada**

8.11. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

#### **Da Proposta Técnica**

8.12. No âmbito de uma licitação do tipo "técnica e preço", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante. Dessa forma, a Proposta Técnica contempla uma série de quesitos e subquesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, a saber:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80 pontos
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	20 pontos
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	III. Ideia Criativa	20 pontos

	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	20 pontos
2. Conjunto de Informações		20 pontos
2.1 Capacidade de Atendimento		10 pontos
2.2 Repertório		5 pontos
2.3 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5 pontos
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>		<b>100 pontos</b>

8.13. De acordo com o inciso IX do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010 o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

8.13.1 Deve conter:

- Documento digital único em formato PDF, com no máximo 10 páginas;
- Capa, contracapa e conteúdo em formato A4 branco, todos em fundo branco;
- Espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- Espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, na superior e na inferior, a partir da borda;
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos;
- Numeração de todas as páginas, no canto inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

8.13.1.1 Deverão ser encaminhados no sistema 2 (dois) Planos de Comunicação Publicitária: uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação.

8.13.2 Já o quesito Conjunto de Informações, a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em **caderno específico**, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, devidamente assinado por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.13.3 A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

8.14. O Agente de contratação encaminhará primeiramente para a Subcomissão Técnica, apenas a via Plano de Comunicação Publicitária sem a identificação. Desta forma, ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária.

8.15. E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras da Lei nº 14.133/2021 e dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

8.16. A presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária em 80 (oitenta) pontos. Para o Conjunto de Informações, outro quesito que compõe a Proposta Técnica, a pontuação máxima é de 20 (vinte) pontos.

8.17. Para que a licitante seja classificada no julgamento técnico e possa participar das próximas etapas do certame, será exigida a pontuação mínima de 70 (setenta) pontos na Proposta Técnica. Licitantes que obtiverem pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos, serão desclassificados em razão da baixa qualidade da proposta.

8.17.1. Após a atribuição de notas pela Subcomissão Técnica no **Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, serão encaminhados na forma do item 8.13.2 os quesitos Conjunto de Informações para que sejam atribuídas as devidas notas.**

8.18. Cabe observar que a lei 14.133/2021 prevê em seu art. 36, parágrafo 3º que o desempenho pretérito na execução de contratos com a Administração Pública é considerado na pontuação técnica. Contudo, é incompatível com o caso da licitação de publicidade, que é regida pela lei 12.232/2010, assegurando a não identificação da proposta. Ademais, a avaliação da capacidade técnica já ocorre no critério Conjunto de Informações, conforme art. 8º da Lei 12.232/2010.

## **9 – DA PROPOSTA COMERCIAL**

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

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

9.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constituirá um dos anexos, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 **não será aceito:**

a) **desconto inferior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de

comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

9.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

9.5. A Classificação se dará da seguinte forma:

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

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

b) Percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%



<b>18</b>	<b>11%</b>
<b>15</b>	<b>12%</b>
<b>12</b>	<b>13%</b>
<b>10</b>	<b>14%</b>
<b>05</b>	<b>15%</b>

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

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
<b>20</b>	<b>Até 10%</b>
<b>18</b>	<b>11%</b>
<b>15</b>	<b>12%</b>
<b>12</b>	<b>13%</b>
<b>10</b>	<b>14%</b>
<b>05</b>	<b>15%</b>

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

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
<b>20</b>	<b>Até 15%</b>
<b>18</b>	<b>16%</b>
<b>15</b>	<b>17%</b>
<b>12</b>	<b>18%</b>
<b>10</b>	<b>19%</b>
<b>05</b>	<b>20%</b>

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

<b>PONTOS</b>	<b>DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS</b>
<b>20</b>	<b>De 50% ou acima de 50%</b>
<b>15</b>	<b>De 45% a 49%</b>
<b>12</b>	<b>De 40% a 44%</b>
<b>10</b>	<b>De 30% a 39%</b>

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

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

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

$$\text{NFPP} = \frac{D1 + D2 + D3 + D4 + D5}{5}$$

5

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

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

PF = Pontuação final.

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica.

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço.

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

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

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

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

#### **SubSubcomissão Técnica**

9.11. Conforme disposto na Lei nº 12.232/2010, a presente licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 3 (três) membros.

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

#### **Regime de execução**

9.12 O regime de execução do contrato será empreitada por preço global.

#### **Exigências de habilitação**

9.13 Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

##### **Habilitação jurídica**

**9.13.1 Pessoa física:** cédula de identidade (RG) ou documento equivalente que, por força de lei, tenha validade para fins de identificação em todo o território nacional;

**9.13.2 Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

**9.13.3 Microempreendedor Individual - MEI:** Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;

9.13.4 Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

**9.13.5 Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.

**9.13.6 Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

**9.13.7 Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

**9.13.8 Sociedade cooperativa:** ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

9.13.10 Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

#### **Habilitação fiscal, social e trabalhista**

9.14 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

9.15 Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

- 9.16 Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- 9.17 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;
- 9.18 Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 9.19 Prova de regularidade com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- 9.20 Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.
- 9.21 O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

#### **Qualificação Econômico-Financeira**

- 9.22 certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação (art. 5º, inciso II, alínea “c”, da Instrução Normativa Seges/ME nº 116, de 2021), ou de sociedade simples;
- 9.23. certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, *caput*, inciso II);
- 9.24 Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:
- 9.24.1 Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);
- 9.24.2. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura; e
- 9.24.3. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.
- 9.24.4. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

9.25 Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de até 10% do valor total estimado da contratação

9.26 As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

9.27 O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

### **Qualificação Técnica**

9.28 Inscrição da empresa no Conselho Profissional Competente, em plena validade;

9.29.1. Sociedades empresárias estrangeiras atenderão à exigência por meio da apresentação, no momento da assinatura do contrato, da solicitação de registro perante a entidade profissional competente no Brasil.

9.29.2 Comprovação de aptidão para execução de serviço de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior com o objeto desta contratação, ou com o item pertinente, por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.

9.29.3. Para fins da comprovação de que trata este subitem, os atestados deverão dizer respeito a contratos executados com as seguintes características mínimas:

9.29.3.1. Arte e técnica publicitária, que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público;

9.29.3.2. Difusão de ideias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

9.30. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial da empresa licitante.

9.31. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

9.32. Prova de qualificação técnica de funcionamento, previsto na lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010

## **10. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

10.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o Contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

10.2. Serão aplicadas ao Contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

10.2.1. Advertência, quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

10.2.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

10.2.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

10.2.4. Multa:

10.2.4.1. Moratória, para as infrações descritas no item “d”, de 10% (dez por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias.

10.2.4.2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia;

10.2.4.3. Compensatória, para as infrações descritas acima nas alíneas “e” a “h” de 15% (quinze por cento) a 20% (vinte por cento) do valor da contratação.



10.2.4.4 Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista acima na alínea “c”, de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) do valor da contratação.

10.2.4.5 Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “b”, de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) do valor da contratação.

10.2.4.6 Compensatória, em substituição à multa moratória para a infração descrita acima na alínea “d”, de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) do valor da contratação.

10.2.4.7 Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “a”, de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação.

10.3 A aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante.

10.4 Todas as sanções previstas neste Termo de Referência poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.

10.5 Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

10.6 Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

10.7 A multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

10.8 A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

10.8.1 Para a garantia da ampla defesa e contraditório, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como os cadastrados pela empresa no SICAF.

10.8.2 Os endereços de e-mail informados na proposta comercial e/ou cadastrados no Sicafe serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

10.9. Na aplicação das sanções serão considerados:

10.9.1 a natureza e a gravidade da infração cometida;

10.9.2 as peculiaridades do caso concreto;

10.9.3 as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

10.9.4 os danos que dela provierem para o Contratante; e

10.9.5 a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

10.10 Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei.

10.11 A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Termo de Referência ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

10.12 O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal.

10.13 As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.

10.14 Os débitos do Contratado para com a Administração Contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o Contratado possua com o mesmo órgão ora Contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

## **11. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

11.1 O custo estimado total da contratação é de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), conforme custos unitários apostos na tabela do item 1.

11.2. Em atendimento ao disposto no art. 10 da Instrução Normativa SEGES/ME nº 81, de 25 de novembro de 2022, esclarecemos, que a presente contratação não é passível de classificação da informação quanto ao grau e prazos de sigilo, uma vez que as informações aqui dispostas não se enquadram nas condições do art. 23 da Lei nº 12.527/2011, de modo que o valor estimado/máximo não será sigiloso.

## **12. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

12.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados na seguinte dotação: 6.3.1.3.04.01.006 – serviços técnicos profissionais – pj.

Rio de Janeiro, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2026.

TERMO DE REFERÊNCIA	NOME	FUNÇÃO	ASSINATURA
Elaborou	Pedro Raimundo Oliveira Junior	Assessor Especial – Marketing e Comunicação	
Ratificou	Marcus Vinicius C. Limão	Superintendente	
Aprovou	João Eduardo Leal Corrêa	Presidente do CRECI/RJ	