



TERMO DE REFERÊNCIA

1. DA DEFINIÇÃO DO OBJETO:

1.1. Contratação de empresa especializada nos serviços de publicidade prestados por intermédio de uma agência de propaganda, para atender as demandas da Subsecretaria de Comunicação Social, pelo período de 1 (um) ano, conforme condições, especificações, exigências e estimativas estabelecidas nos autos, bem como nas demais cláusulas deste instrumento.

1.2. Requisitante: SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1.3. Fundamentação legal: Lei Federal 14.133/2021, Art. 28, inciso II, concomitantemente com regência pela Lei Federal n.º 12.232/2010, subsidiária e complementarmente, as Leis Federais nº 4.680/1965 e Decreto Municipal n.º 3418/2025.

1.4. Período: 1 (um) ano, prorrogáveis por igual período nos termos do Art. 107 da Lei Federal 14.133/2021.

1.5. Tipo: CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL, critério de julgamento TÉCNICA E PREÇO

1.6. Contratação de Serviço de Propaganda e Publicidade a ser executado por uma Agência de Publicidade, nos termos da tabela abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSERV	UN	QUANT
1	Contratação de agência de publicidade e propaganda, empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e instituições da administração municipal de Nova Friburgo, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de	892	SERVIÇO	01



	<p>publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como: 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 publicitárias; A criação, produção, impressão e montagem de painéis, faixas, cartazes, banners, storyboards, folders, outdoors, informativos (impressos e online), anúncios para jornais e revistas, manuais, livretos, panfletos, revistas, cartilhas, convites, cartas, ilustrações, cartões de visita, cartões de protocolo, envelopes; produção de textos diversos e templates; gravação de áudio e veiculação de propaganda volante, criação, produção e veiculação de dingos, spots e programetes para rádio; VTs e programetes para TV aberta; produção de vídeos; criação de campanhas institucionais; identidade visual; desenvolvimento de site e páginas eletrônicas; produção de conteúdo para canais em mídias sociais; entre outros, para atender ao município de Nova Friburgo, conforme descrição no Anexo II (briefing) e demais especificações do edital; A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, com o objetivo de expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias; vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação</p>			
--	---	--	--	--



e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza. Ressalta-se que as propostas técnicas, de preços e documentação de habilitação devem ser apresentadas em conformidade com as condições e exigências contidas no Termo de Referência, 'Briefing' e demais anexos que integram esta Concorrência Pública.			
--	--	--	--

1.7. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo, conforme Decreto Municipal nº 1746, de 2022.

1.8. O prazo de vigência da contratação é de 1 (um) ano contados da assinatura do contrato, na forma do Art. 107, da Lei Federal 14.133/2021.

1.9. Para a execução do objeto, ou seja, das ações de comunicação publicitária a Subsecretaria de Comunicação Social, obrigatoriamente, instituirá procedimento de seleção interna entre as licitantes, cuja metodologia será aprovada pela administração, por intermédio de Subcomissão, que será publicada na imprensa oficial, tudo de acordo com as regras previstas no Decreto Municipal n.º 3418 de 2025.

1.10. 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'b', da Lei nº 14.133/2021).

2.1 A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

2.2 Esta pretensa contratação revela-se essencial para atender à demanda do Município de Nova Friburgo no que tange à necessidade de dar ampla publicidade às suas ações governamentais, campanhas, informes e orientações institucionais à população.



2.3 A comunicação do Poder Executivo Municipal fundamenta-se no princípio de que é direito da população ser informada e, de forma correlata, é dever da Administração Pública Municipal garantir o acesso à informação. Essa comunicação deve estar sempre orientada por objetivos de interesse público, assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social, conforme previsto na legislação de regência e nas boas práticas de gestão pública.

2.4 O Poder Público por meio da comunicação institucional informa os cidadãos sobre seus direitos e deveres, dá publicidade às ações administrativas e esclarece os benefícios decorrentes dessas iniciativas. Nesse contexto, a comunicação pública exerce um papel estratégico e essencial no fortalecimento da cidadania, na promoção da transparência e na consolidação da participação social na gestão do Município.

2.5 A Comunicação Social do Poder Executivo Municipal deve assegurar ampla visibilidade aos programas, ações e projetos governamentais, alinhando-se aos eixos estratégicos prioritários do governo. Entre esses eixos, destacam-se o desenvolvimento social com equidade, com ênfase nas áreas de saúde e educação.

2.6 Para tanto, é fundamental buscar a unidade e a coerência na publicidade das ações de todas as unidades administrativas do Poder Executivo, conferindo-lhes uma identidade institucional integrada, sempre respeitando as especificidades e atribuições próprias de cada órgão. É justamente nessa direção que a Secretaria de Gabinete do Prefeito entende que, por meio da ciência da comunicação, é possível ampliar os benefícios oriundos das estratégias, projetos e políticas de cidadania.

2.7 Vale destacar que esta contratação é de significativa importância pois visa proporcionar suporte técnico especializado e qualitativo às atividades desenvolvidas pela Subsecretaria destinatária, com destaque especial ao apoio nas etapas de estudo, planejamento, conceituação, elaboração, produção, execução e veiculação das campanhas publicitárias de toda a administração, inclusive, mídias pertinentes, diretamente relacionadas aos temas essenciais da comunicação institucional do Município.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'c', e art. 40, §1º, inciso I, da Lei nº 14.133/2021)



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 O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de uma agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

3.3 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 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, relacionados à execução dos contratos;
- b)** à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c)** à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d)** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

3.4 Acerca do estudo do planejamento, previstos no item 3.2 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos 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.

3.5 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do item 1.1.1. terão a finalidade de:

- a)** gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, 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.

3.6 Os serviços previstos nos subitens 3.2 e 3.3 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.

3.7 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 comunicação e divulgação.

3.8 O serviço como um todo será executado pela Agência de Publicidade e Propaganda contratada sob a demanda, coordenação e direcionamento da Secretaria de Gabinete do Prefeito, diretamente pela sua Subsecretaria de Comunicação Social.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, XXIII, alínea 'd', da Lei nº 14.133/21).

4.1 Os requisitos para esta contratação estão descritos na Lei Federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, entre outras providências.

4.2 Esta legislação de regência é complementada pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e agenciador de propaganda, além, claro, da aplicação subsidiária da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 (Lei Geral de Licitações e Contratos), sendo assim, toda a modelagem desta contratação está estruturada neste arcabouço legislativo, o qual, inclusive, norteará a Administração Pública Municipal em todas as frentes desta contratação, principalmente quando da execução dos serviços de publicidade e propaganda.

4.3 De acordo com o disposto na Lei nº 12.232/2010, consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades integradas que envolvem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. Tais atividades têm como finalidade promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.



4.4 Nos termos do Art. 2º, §1º, da Lei nº 12.232/2010, é permitida a inclusão de atividades complementares ao serviço especializado principal, neste caso, a publicidade de atos oficiais da Administração Pública Municipal, desde que tais atividades guardem pertinência com o objeto do contrato e não desvirtuem sua natureza publicitária, abaixo segue trecho da referida Lei que descreve estes serviços.

- I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;
- II. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- III. 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 publicitárias.

4.5 O §2º diz ainda que *“Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.”*

4.6 O serviço de publicidade e propaganda a ser executado por agência de publicidade é considerado de natureza intelectual, devendo ser contratado mediante licitação na modalidade de Concorrência Pública Presencial, com critério de julgamento baseado na técnica e preço, aferido pela maior pontuação resultante da soma entre a pontuação técnica e a pontuação de preços, em conformidade com o disposto no art. 37, § 2º, inciso II, da Lei nº 14.133/2021.

4.7 A metodologia desta contratação compreende as seguintes etapas:

a) Elaboração do Edital e do ‘Briefing’ Técnico (ou Plano de Comunicação Publicitária):

O edital deverá conter todas as exigências legais, critérios de julgamento, prazos e cláusulas contratuais. O ‘briefing’ técnico, anexo ao edital, especificará os objetivos da comunicação, o público-alvo, os meios previstos e as diretrizes estratégicas da campanha.



b) Habilitação Jurídica, Fiscal, Técnica e Econômico-Financeira: As agências concorrentes deverão comprovar sua regularidade jurídica, fiscal e técnico-operacional, conforme requisitos previstos na legislação aplicável.

c) Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas e de Preço: A Subcomissão Técnica avaliará as propostas com base nos critérios estabelecidos no **ANEXO I** deste **Termo de Referência**, a partir da atribuição de notas às propostas técnicas (que envolvem planejamento, estratégias de mídia, peças-piloto, etc.) e às propostas de preço (remuneração pela prestação dos serviços), serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critérios de julgamento técnico, os seguintes itens das Propostas das CONCORRENTES, para atribuição de notas para cada quesito ou subquesito.

d) Classificação e Seleção da Agência Vencedora: Será declarada vencedora a agência que apresentar a melhor combinação entre técnica e preço, conforme os critérios estabelecidos no **ANEXO I** deste Termo de Referência.

e) Contratação e Fiscalização: Após homologação e adjudicação do resultado, será formalizado o contrato administrativo. A execução e gestão contratuais serão acompanhadas e fiscalizadas por servidores designados por Portaria, nos termos da legislação municipal vigente.

4.8 Toda a metodologia aplicada a esta concorrência visa assegurar transparência, eficiência, competitividade e qualidade na seleção e contratação da agência de publicidade, além de garantir que os recursos públicos sejam aplicados de forma estratégica na comunicação institucional.

4.9 Da Subcontratação:

4.9.1 É admitida a subcontratação parcial do objeto, nas seguintes condições:

4.9.2 É vedada a subcontratação completa ou da parcela principal do objeto da contratação, a qual consiste nos serviços de publicidade.

4.9.3 A subcontratação, por intermédio da agência de propaganda contratada, fica limitada quanto à obtenção dos serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da agência, bem como realizar a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.



4.9.4 Entretanto, a agência de publicidade contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada.

4.10 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, em regime por preço unitário, sob a égide da Lei n.º 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais n.º 4.680/1965 e n.º 14.133/2021.

4.11 Consigna-se a justificativa quanto à decisão da escolha da concorrência presencial em detrimento da eletrônica, conforme estabelece o §2º do artigo 17 da Lei 14.133, de 2021, que dispõe no sentido das licitações serem realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.

4.12 Portanto, o próprio legislador ao projetar e aprovar a Lei Geral de Licitações e Contratos Administrativos, previu como regra a utilização da forma eletrônica nos procedimentos licitatórios, nada obstante, admitiu que a própria norma trouxesse a possibilidade de se adotar a forma presencial, excepcionalmente, desde que motivada. E, para tanto, em que pesem as opiniões no sentido de que a concorrência eletrônica acarreta redução significativa de preços em razão de atrair mais fornecedores, tendo em vista não precisarem arcar com custos de deslocamento para participarem dos certames licitatórios, dentre outros, é indiscutível que, de fato, em algumas situações, é preferível o presencial, principalmente tratando-se de um objeto de natureza eminentemente intelectual, como é o serviço de publicidade e propaganda, a ser prestado por uma agência de publicidade.

4.13 A Secretaria de Licitações e Contratos utiliza da forma eletrônica para realizar suas licitações através da plataforma Compras.Gov, do Governo Federal, porém, para a modalidade CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA com o tipo de julgamento MELHOR TÉCNICA E PREÇO, salvo melhor juízo, trata-se de uma plataforma ainda em aprimoramento e mais idealizada para as contratações no âmbito da União Federal, portanto, a fim de evitar supostos entraves da própria plataforma, os quais podem vir a causar embaraços e demora no procedimento, é, repita-se, mais indicado, de fato, realizá-lo presencialmente.

4.14 Noutro ponto, este caso concreto envolve uma análise de natureza intelectual mais técnica e detalhada, tanto é que a legislação de regência, a Lei n.º 12.232/2010, exige a atuação de uma Subcomissão Técnica, diretamente ligada à Comissão de Contratação, sendo



assim, a disputa entre os concorrentes por meio de uma plataforma digital não se mostra adequada para este tipo de julgamento, portanto, a concorrência na forma presencial possibilitará que os esclarecimentos sejam promovidos e debatidos imediatamente, durante a sessão, o mesmo ocorrendo com as diligências que se façam necessárias, além da verificação imediata das condições de habilitação e execução da proposta, manifestações recursais.

4.15 Por todas considerações e motivos expostos, a concorrência presencial proporcionará indiscutivelmente maior transparência, tratamento isonômico aos participantes além de imprimir maior celeridade ao procedimento, visto que a Comissão de Contratação atuará no devido cumprimento de todas as exigências legais direcionadas à escolha da forma presencial, como o registro em ata da sessão pública, além da gravação em áudio e vídeo (art. 29 c/c art. 17. § 2º), não havendo, portanto, qualquer óbice ou suposta irregularidade a este certame.

4.16 A observância das vedações descritas no item precedente é de inteira responsabilidade da licitante, que, pelo descumprimento, estará sujeita às penalidades cabíveis.

4.17 Para a análise das condições de participação das licitantes também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União – CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), além de outros cadastros que se façam necessários.

4.18 A participação nesta Concorrência implica para a licitante a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Termo de Referência e de seus anexos, devendo cumpri-los de modo incondicional, inclusive, durante a execução do contrato; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; além da responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase deste procedimento licitatório.

4.19 Da Sustentabilidade:

4.19.1 No que se refere ao cumprimento da sustentabilidade nesta contratação pública de serviços de publicidade, exige-se a incorporação de critérios ambientais, sociais e econômicos nas decisões de compra e contratação, buscando minimizar impactos negativos e promover o desenvolvimento sustentável.



4.19.2 Nos serviços de publicidade, objeto da presente, a sustentabilidade é aplicada através da especificação de critérios sustentáveis, são eles: exigir materiais reciclados ou biodegradáveis, redução de consumo de energia e água, e práticas de consumo consciente nos materiais publicitários.

4.19.3 Além da especificação dos critérios sustentáveis, os critérios de sustentabilidade também versam sobre a escolha de fornecedores com práticas sustentáveis, no sentido de, sempre que possível, priorizar empresas que demonstrem compromisso com a sustentabilidade em suas operações e cadeia produtiva, o que deverá ser demonstrado por parte da agência vencedora durante a execução das campanhas publicitárias conjuntamente à Subsecretaria de Comunicação Social.

4.19.4 Na direção da sustentabilidade, deve-se incluir campanhas de conscientização; utilizar a publicidade para promover práticas sustentáveis e conscientizar a população friburguense sobre a importância da sustentabilidade; divulgar informações relevantes sobre as práticas sustentáveis adotadas nas campanhas publicitárias.

4.19.5 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.

4.19.6 Dentre os benefícios da sustentabilidade na prestação de serviços de publicidade pode-se destacar a redução de impactos ambientais como minimizar o uso de recursos naturais, emissões de poluentes e geração de resíduos; a promoção do desenvolvimento social, no sentido de contribuir para a inclusão social, a geração de empregos e a melhoria da qualidade de vida.

4.19.7 Uma contratação sustentável como esta fortalece a imagem da Administração Pública Municipal, pois demonstra o compromisso da sua atuação com a sustentabilidade e a responsabilidade social, atraindo a confiança da população, além de estimular a inovação e o desenvolvimento de novas tecnologias e práticas sustentáveis, fortalecendo, inclusive, a preocupação com a inovação e competitividade.

4.20 Não será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, em razão da natureza técnica e intelectual do objeto.



5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO (arts. 6º, XXIII, alínea “e” e 40, §1º, inciso II, da Lei nº 14.133/2021).

5.1 A Subsecretaria de Comunicação Social propõe um modelo de planejamento de inserção de mídias segmentado em três categorias distintas, definidas conforme o porte das campanhas: grande, médio e pequeno. Esta divisão visa adequar os esforços de comunicação às características e à abrangência de cada ação, com foco na efetividade e na otimização dos recursos públicos.

5.1.1 A critério da Subsecretaria de Comunicação Social, cada campanha será classificada em uma dessas categorias, de acordo com seus objetivos estratégicos e o público-alvo que se pretende atingir. Em determinadas situações, poderá ser necessária a contratação simultânea de mais de uma categoria para uma mesma campanha. Nesses casos, eventuais ajustes deverão ser formalizados no planejamento anual (ou plano de comunicação publicitária), respeitando-se os limites contratuais e orçamentários.

5.1.2 Durante a execução das campanhas, e desde que não haja alteração do valor global previamente estabelecido, será permitida a readequação das quantidades de inserções e dos veículos de mídia originalmente previstos, garantindo maior flexibilidade e aderência às demandas comunicacionais que possam surgir.

5.2 Considerando que a comunicação pública deve ser ágil, dinâmica e capaz de atender prontamente às necessidades do ente contratante, sobretudo no que se refere à informação e ao esclarecimento da população, a definição prévia e engessada de campanhas específicas revela-se ineficaz. Nesse contexto, mostra-se mais adequado e eficiente que o Município adeque suas demandas de divulgação às categorias de campanha previamente estabelecidas (grande, médio e pequeno porte), de forma flexível e estratégica, garantindo maior responsabilidade e alinhamento com os objetivos de comunicação institucional.

a) CATEGORIA GRANDE PORTE - O objetivo é alcançar abrangência em nível nacional e estadual, por meio da utilização de mídias de grande penetração e do emprego de recursos digitais avançados, assegurando maior capilaridade na disseminação das informações institucionais e o fortalecimento da imagem do Município perante diferentes públicos - PERÍODO DE CAMPANHA DE 15 DIAS.

b) CATEGORIA MÉDIO PORTE - Campanhas com foco regional, voltadas à capital, à Região Serrana e ao Centro-Norte Fluminense, utilizando mídias locais e redes sociais



com segmentação geográfica. Essa abordagem visa ampliar o alcance das mensagens institucionais junto às comunidades específicas, respeitando as características culturais e comunicacionais de cada região. PERÍODO DA CAMPANHA 30 DIAS.

c) CATEGORIA PEQUENO PORTE - Campanhas com divulgação exclusiva no Município de Nova Friburgo, com foco na comunicação direta com o cidadão local.

5.3 Essa abordagem garante a flexibilidade necessária para a execução do plano de mídia, sem comprometer a qualidade da comunicação institucional ou os parâmetros estabelecidos no planejamento original.

5.4 O planejamento feito para o Município de Nova Friburgo inclui serviços que envolvem ações de comunicação descritas na PORTARIA SECOM Nº 8.038, DE 30 DE DEZEMBRO DE 2022, que compreende os serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados em norma específica.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO (art. 6º, XXIII, alínea “f”, da Lei nº 14.133/21).

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 (Lei nº 14.133/2021, art. 115, caput).

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 (Lei nº 14.133/2021, art. 115, §5º).

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

6.3.1 O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados (Lei nº 14.133/2021, art. 117, §1º).

6.3.2 O fiscal do contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência (Lei nº 14.133/2021, art. 117, §2º).

6.3.3 O contratado será obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios,



defeitos ou incorreções resultantes de sua execução ou de materiais nela empregados (Lei nº 14.133/2021, art. 119).

6.4 O contratado será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo contratante (Lei nº 14.133/2021, art. 120).

6.5 Somente o contratado será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, *caput*).

6.6 A inadimplência do contratado em relação aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transferirá à Administração a responsabilidade pelo seu pagamento e não poderá onerar o objeto do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, §1º).

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

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

6.9 Serão exigidos a Certidão Negativa de Débito (CND) relativa a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) e a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), caso esses documentos não estejam regularizados no SICAF.

6.10 O acompanhamento, a gestão e a fiscalização da contratação serão exercidos por representantes da Contratante, aos quais competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato, e de tudo dar ciência à Administração Pública Municipal, na forma do disposto no capítulo VI do título III da Lei Federal nº14.133/21.

6.11 Para o acompanhamento, gestão e fiscalização da execução do presente contrato, serão designados em momento posterior, antes da execução do objeto, agentes públicos gestor/gestor substituto e fiscal/ fiscal substituto.

6.12 O(s) fiscal(is) do contrato anotarà em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, indicando dia, mês e ano, determinando o que for



necessário à regularização das faltas observadas e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

6.13 O(s) fiscal(is) designado pela Contratante deverá ter a experiência necessária para o acompanhamento e controle da execução dos serviços e do contrato;

6.14 A verificação da adequação da prestação do serviço deverá ser realizada com base nos critérios previstos neste Termo de Referência;

6.15 A fiscalização não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada pelos danos causados à Administração Pública Municipal ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo órgão.

6.16 Além das obrigações resultantes da aplicação da lei nº 14.133/21 e demais normas pertinentes, são obrigações da CONTRATANTE:

6.16.1 Atestar as faturas/notas fiscais da CONTRATADA oriundas da realização dos serviços licitados;

6.16.2 Efetuar os pagamentos devidos, nos prazos estabelecidos, à contratada;

6.16.3 Prestar as informações e os devidos esclarecimentos que venham a ser solicitados pela CONTRATADA;

6.16.4 Aplicar as penalidades constantes no item das Sanções Administrativas do presente Termo de Referência, bem como instrumento editalício e Lei nº14.133/21, em caso de descumprimento de qualquer obrigação por parte da CONTRATADA.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'g', da Lei nº 14.133/2021)

7.1 As notas fiscais deverão ser emitidas em nome de:

MUNICÍPIO DE NOVA FRIBURGO

CNPJ: 28.606.630/0001-23

ENDEREÇO: AV. ALBERTO BRAUNE, 225, CENTRO, NOVA FRIBURGO - RJ, CEP: 28613-001.

7.2 Da liquidação da despesa:

7.2.1 A liquidação será realizada pela Secretaria de Fazenda, a partir do cumprimento das obrigações elencadas neste Termo de Referência, em obediência ao Decreto nº 2493 de 07 de novembro de 2023 (<https://www.pmnf.rj.gov.br/uploads/pagina/arquivos/DECRETO->



2493-2023-071123.pdf) e 3116 de 18 de setembro de 2024 (<https://www.pmnf.rj.gov.br/uploads/pagina/arquivos/DECRETO-3116-2024-180924-ALTERACAO-ORDEM-CRONOLOGICA.pdf>).

7.2.2 Deverá ser observado no momento da emissão do Documento Fiscal e na liquidação da despesas dispostivos no Decreto nº 2480 de 30 de outubro de 2023 (<https://www.pmnf.rj.gov.br/uploads/pagina/arquivos/DECRETO-2480-2023-301023.pdf>), o qual dispõe sobre a arrecadação do Imposto de Renda incidente na fonte de que trata o art. 157, inciso I, da Constituição Federal, nos pagamentos a pessoas jurídicas efetuados por órgãos, Fundos e Fundação instituída e mantida pelo Município, observando ainda as regras aplicáveis ao Imposto de Renda incidente na fonte estabelecidas pelo art. 64 da Lei Federal nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996, e pela Instrução Normativa da Receita Federal do Brasil nº 1.234, de 11 de janeiro de 2012.

7.3 Do pagamento da despesa:

7.3.1 O pagamento será efetuado conforme estabelecido no Decreto Municipal nº 2493, de 07 de novembro de 2023, desde que as certidões listadas abaixo estejam dentro da validade:

- Negativa de Débitos Trabalhistas;
- Fazenda Federal – abrange as contribuições sociais;
- FGTS;
- PGE – referente a Dívida Ativa Estadual;
- Municipal – referente ao ISS e Dívida Ativa;
- CND Estadual – referente ao ICMS.

7.3.2 A Nota Fiscal deverá conter a identificação do Banco, número da Agência e da Conta Corrente, para que possibilite o CONTRATANTE efetuar o pagamento do valor devido;

7.3.3 Na ocorrência de rejeição da(s) Nota(s) Fiscal (s), motivada por erro ou incorreções, o prazo para pagamento estipulado acima passará a ser contado a partir da data de sua reapresentação.

7.3.4 Consoante o artigo 45 da Lei nº 9.784, de 1999, a Administração Pública Municipal poderá, sem a prévia manifestação do interessado, motivadamente, adotar providências acauteladoras, inclusive retendo o pagamento, em caso de risco iminente, como forma de prevenir a ocorrência de dano de difícil ou impossível reparação.

**8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'h', da Lei nº 14.133/2021)**

8.1 O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento licitatório, com fundamento na hipótese do art. Art. 28, inciso II, concomitantemente com regência pela Lei Federal n.º 12.232/2010, subsidiária e complementarmente, as Leis Federais nsº 4.680/1965 e Decreto Municipal n.º 3418/2025 - CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL, critério de julgamento TÉCNICA E PREÇO.

8.2 Na fase de habilitação da empresa, a Administração Pública Municipal verificará o eventual descumprimento das condições para contratação, especialmente quanto à existência de sanção que a impeça, mediante a consulta a cadastros informativos oficiais, tais como:

- a)** SICAF;
- b)** Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis);
- c)** Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>)

8.3 A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa fornecedora e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

8.4 Caso conste na Consulta de Situação do Fornecedor a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o gestor diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

8.5 A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.

8.6 O fornecedor será convocado para manifestação previamente a uma eventual negativa de contratação.

8.7 Caso atendidas as condições para contratação, a habilitação do fornecedor será verificada por meio do SICAF, nos documentos por ele abrangidos.



8.8 É dever do fornecedor manter atualizada a respectiva documentação constante do SICAF, ou encaminhar, quando solicitado pela Administração Pública Municipal, a respectiva documentação atualizada.

8.9 Não serão aceitos documentos de habilitação com indicação de CNPJ/CPF diferentes, salvo aqueles legalmente permitidos.

8.10 Se o fornecedor for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se o fornecedor for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto para atestados de capacidade técnica, caso exigidos, e no caso daqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

8.11 Serão aceitos registros de CNPJ de fornecedor matriz e filial com diferenças de números de documentos pertinentes ao CND e ao CRF/FGTS, quando for comprovada a centralização do recolhimento dessas contribuições.

8.12 Para fins de contratação, deverá o fornecedor comprovar os seguintes requisitos de habilitação:

8.12.1 Habilitação Jurídica;

A) 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;

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

C) 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>;

D) 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;

E) 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.

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

G) 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;

H) 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.

I) Agricultor familiar: Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP ou DAP-P válida, ou, ainda, outros documentos definidos pela Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, nos termos do art. 4º, §2º do Decreto nº 10.880, de 2 de dezembro de 2021.

J) Produtor Rural: matrícula no Cadastro Específico do INSS – CEI, que comprove a qualificação como produtor rural pessoa física, nos termos da Instrução Normativa RFB n. 971, de 13 de novembro de 2009 (arts. 17 a 19 e 165).

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

8.12.2 Habilitações fiscal, social e trabalhista;

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

B) 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.

- C)** Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- D)** 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;
- E)** Prova de inscrição no cadastro de contribuintes [Estadual/Distrital] ou [Municipal/Distrital] relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- F)** Prova de regularidade com a Fazenda [Estadual/Distrital] e/ou [Municipal/Distrital] do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos [Estadual/Distrital] ou [Municipal/Distrital] 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.

✓ 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.

8.12.4 Qualificação técnica.

- A)** Registro ou inscrição da empresa na entidade profissional, em plena validade.
- B)** Comprovação de aptidão para o fornecimento de bens similares 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.
- C)** Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.



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

E) Caso admitida a participação de cooperativas, será exigida a seguinte documentação complementar:

- A relação dos cooperados que atendem aos requisitos técnicos exigidos para a contratação e que executarão o contrato, com as respectivas atas de inscrição e a comprovação de que estão domiciliados na localidade da sede da cooperativa, respeitado o disposto nos arts. 4º, inciso XI, 21, inciso I e 42, §§2º a 6º da Lei n. 5.764, de 1971;

✓ A declaração de regularidade de situação do contribuinte individual – DRSCI, para cada um dos cooperados indicados;

✓ A comprovação do capital social proporcional ao número de cooperados necessários à prestação do serviço;

✓ O registro previsto na Lei n. 5.764, de 1971, art. 107;

✓ A comprovação de integração das respectivas quotas-partes por parte dos cooperados que executarão o contrato; e

F) Os seguintes documentos para a comprovação da regularidade jurídica da cooperativa:

✓ ata de fundação;

✓ estatuto social com a ata da assembleia que o aprovou;

✓ regimento dos fundos instituídos pelos cooperados, com a ata da assembleia;

✓ editais de convocação das três últimas assembleias gerais extraordinárias;

✓ três registros de presença dos cooperados que executarão o contrato em assembleias gerais ou nas reuniões seccionais; e

✓ ata da sessão que os cooperados autorizaram a cooperativa a contratar o objeto da licitação;



8.13 A última auditoria contábil-financeira da cooperativa, conforme dispõe o art. 112 da Lei n. 5.764, de 1971, ou uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador.

8.14 Não poderão participar do certame as empresas que estiverem sob falência, concurso de credores, dissolução, liquidação ou que estejam suspensas de licitar e/ou declaradas inidôneas por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, Federal, Estadual ou Municipal, bem como as que estejam punidas com suspensão do direito de contratar ou licitar com a Administração Pública Municipal.

8.15 As empresas em recuperação judicial poderão participar do certame desde que, demonstrada, na fase de habilitação, a sua viabilidade econômica, o que se dá com a aprovação e homologação do Plano de Recuperação Judicial (art.58 da Lei 11.101/2005).

8.16 Não poderão participar ainda os servidores de qualquer órgão ou entidade vinculados ao Município de Nova Friburgo, bem assim as empresas das quais tais servidores sejam sócios, dirigentes ou responsáveis técnicos.

8.17 A participação do representante legal da empresa far-se-á por meio de instrumento público de procuração ou instrumento particular, com poderes para formular ofertas e lances de preços e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente. Em sendo sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa proponente deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exarar direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

8.18 É admissível a fusão, cisão ou incorporação da Contratada com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados por esta nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos, sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato, não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja a anuência expressa da Administração Pública Municipal à continuidade do contrato.

8.19 Não será admitida nesta licitação a participação de agências de propaganda:

a) cuja falência tenha sido decretada ou que estiverem em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial ou em processo de liquidação ou dissolução;

b) que tenham sido declaradas inidôneas pela Administração Pública Federal,



Estadual ou Municipal ou que estejam cumprindo suspensão temporária de participação em licitação ou impedimento de contratar com a Administração Pública;

c) que estejam reunidas em consórcio e sejam controladoras coligadas ou subsidiárias entre si, qualquer que seja sua forma de constituição;

d) estrangeiras que não estejam autorizadas a funcionar no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes, empregados ou responsáveis técnicos e legais, que integrem a Subcomissão Técnica que julgará as propostas técnicas no presente certame, ou que tenham qualquer vínculo profissional com o Município de Nova Friburgo/RJ.;

f) cujos sócios ou diretores pertençam, simultaneamente, a mais de uma empresa licitante.

8.20 A observância das vedações descritas no item precedente é de inteira responsabilidade da licitante, que, pelo descumprimento, estará sujeita às penalidades cabíveis.

9. DO CREDENCIAMENTO DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

9.1 As agências licitantes poderão nomear representante, observadas as seguintes condições:

9.1.1 Será permitida a participação de somente um representante legal, por licitante, com a devida apresentação de instrumento de procuração pública ou particular, com firma reconhecida, conforme modelo fornecido em momento oportuno pela Contratante.

9.1.2 Na hipótese de apresentação de procuração por instrumento particular, esta deverá vir acompanhada de cópia autenticada do contrato social da participante / licitante ou de outro documento em que esteja expressa a capacidade/competência do outorgante para constituir seu mandatário.

9.2 O representante legal responderá pela autenticidade e legitimidade da procuração apresentada, devendo, ainda, identificar-se e exibir a Carteira de Identidade ou outro documento oficial equivalente com fotografia.

9.3 Se o representante da licitante ostentar a condição de sócio, proprietário ou dirigente da agência, ou condição assemelhada, em vez de instrumento público ou particular de procuração, deverá apresentar cópia autenticada do respectivo estatuto/contrato social ou



documento equivalente, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

9.4 A ausência de representante não invalida a participação da licitante, bem como não interfere no prosseguimento do certame, desde que os envelopes sejam devidamente invioláveis, quando exigidos, e protocolados nos prazos fixados pela Comissão de Contratação.

9.5 Durante as sessões públicas de recebimento e abertura dos envelopes, somente os representantes credenciados terão poderes para fazer manifestações, expressar interesse recursal ou praticar qualquer ato que exija procuração com poderes específicos.

9.6 Os documentos hábeis ao credenciamento deverão ser apresentados fora dos envelopes que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

9.7 Na apresentação dos documentos para credenciamento, poderá ser dispensada a exigência de:

- a)** reconhecimento de firma, desde que apresentado o documento de identidade do(s) signatário(s), para que o(a) Agente de Contratação possa lavrar sua autenticidade;
- b)** autenticação de cópia de documento, se apresentado o documento original, para que o(a) Agente de Contratação possa atestar sua autenticidade.

9.8 Não será permitido o credenciamento de um mesmo representante para mais de uma licitante.

9.9 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões, exceto se, por ocasião das sessões seguintes, o instrumento de mandato ou eleição para cargo de administração estiverem expressamente revogados ou por fim de prazo.

9.10 Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

9.11 Nos termos do que dispõe a Lei n.º 12.232/2010, a participação nesta licitação é exclusiva para agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme previsto no art. 4º, § 1º, da Lei n.º 12.232/2010.



9.12 A participação nesta Concorrência implica para a licitante a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Termo de Referência e de seus anexos, devendo cumpri-los de modo incondicional, inclusive, durante a execução do contrato; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; além da responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase deste procedimento licitatório.

10. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE:

10.1 As propostas e a documentação serão apresentadas em 05 (cinco) envelopes, a saber:

- a) Envelope nº 01 – **Proposta Técnica** = Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada;
- b) Envelope nº 02 – **Proposta Técnica** = Plano de Comunicação Publicitária – Via identificada;
- c) Envelope nº 03 – **Proposta Técnica** (Capacidade de Atendimento);
- d) Envelope nº 04 – **Proposta de Preços**;
- e) Envelope nº 05 – **Documentos de Habilitação**.

10.2 Todos os envelopes deverão ser constituídos de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que INVOLÁVEL quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.3 Os envelopes n. 02, 03, 04 e 05 deverão conter em sua parte frontal e externa os seguintes dizeres:

✓ **Envelope nº 02:**

À Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ.

Concorrência n.º _____ / 2025

ENVELOPE N. 02 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA

Razão Social da Licitante _____

E-mail: _____

Telefone/contato: _____



**NOVA
FRIBURGO**
P R E F E I T U R A

S E C R E T A R I A D E
G A B I N E T E



DATA: ____/____/____

✓ **Envelope nº 03:**

À Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ.

Concorrência n.º ____ / 2025

ENVELOPE N. 03 – PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO)

Razão Social da Licitante _____

E-mail: _____

Telefone/contato: _____

DATA: ____/____/____

✓ **Envelope nº 04:**

À Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ.

Concorrência n.º ____ / 2025

ENVELOPE N. 04 – PROPOSTA DE PREÇOS

Razão Social da Licitante _____

E-mail: _____

Telefone/contato: _____

DATA: ____/____/____

✓ **Envelope nº 05:**

À Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ.

Concorrência n.º ____ / 2025

ENVELOPE N. 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Razão Social da Licitante _____

E-mail: _____

Telefone/contato: _____

DATA: ____/____/____

10.4 O envelope nº 01, destinado à apresentação da **VIA NÃO IDENTIFICADA** do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser adequado às características de seu conteúdo, portanto, o envelope referente ao invólucro será admitido somente se inviolável e sem nenhum tipo



de marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante, sob pena de desclassificação.

10.5 Os envelopes nº 01, 02, 03 e 04 deverão ser entregues devidamente lacrados e protocolados no local, na data e horário determinados pela Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ, sendo vedada a remessa via e-mail, telegrama ou qualquer outra forma similar, salvo se excepcionalmente a mesma Comissão assim determinar justificadamente.

10.6 A licitante que assim o desejar poderá protocolar antecipadamente os envelopes nº 01, 02, 03 e 04, perante Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ, localizada na Avenida Alberto Braune, nº 224, Centro, Nova Friburgo/RJ., CEP 28.613-000, pessoalmente ou via Correios, sendo que nesse caso, o Aviso de Recebimento (AR) valerá como comprovante de entrega, devendo ser observado o horário de expediente da Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ., qual seja: das 10h às 16h, segunda a sexta, exceto feriados nacionais e municipais.

10.7 Nesse caso, o fecho ou lacre dos envelopes nº 02, 03 e 04, deverão estar rubricados pelo representante legal da empresa, a fim de certificar a inviolabilidade de seu conteúdo.

10.8 No caso de entrega pelo Correios, é de inteira responsabilidade da licitante a certificação de que os envelopes serão entregues até a data e horário determinados pela Comissão de Contratação do Município de Nova Friburgo/RJ, havendo omissão quanto ao horário e dias da semana, repita-se, será das 10h às 16h, segunda a sexta, exceto feriados nacionais e municipais.

10.9 O Município de Nova Friburgo, por sua Secretaria de Gabinete do Prefeito, ou por sua Subsecretaria de Comunicação Social, ou, ainda, por sua Comissão de Contratação, não se responsabilizará por atrasos e/ou imprevistos ocorridos na entrega via Correios, considerando-se os envelopes protocolados na data e hora atestados no AR, devendo ser observado o horário de expediente da Comissão de Contratação, das 10h às 16h, segunda a sexta, exceto feriados nacionais e municipais.

10.10 O envelope nº 05, contendo os documentos de habilitação, deverá ser entregue (devidamente lacrado) em data posterior, designada pela Comissão de Contratação, apenas pelas empresas classificadas após a apuração do resultado do julgamento das propostas técnicas e das propostas de preços, conforme art. 6.º, inciso I, da Lei Federal n.º



12.232/2010, podendo, tais documentos, excepcionalmente, serem entregues via e-mail, se assim for determinado pela Comissão de Contratação.

10.11 Da Proposta Técnica

10.11.1 As CONCORRENTES deverão comprovar que atendem aos requisitos previstos na Lei Federal 12.232 de 29 de abril de 2010 e apresentarem suas propostas de acordo com as especificações deste Termo de Referência, bem como de seus anexos.

10.11.2 Ainda em conformidade com a Lei 12.232, as empresas concorrentes deverão apresentar Proposta Técnica estruturada em 04 (quatro) quesitos: (1) PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - pertinente às informações expressas no Briefing e de um CONJUNTO DE INFORMAÇÕES referentes à Licitante, cujo conteúdo se divide nos seguintes quesitos: (2) Capacidade de Atendimento, (3) Repertório e (4) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.11.3 A Subcomissão Técnica poderá solicitar à Comissão de Contratação que promova diligências necessárias, com vistas a esclarecer a instrução do processo, sobre o atendimento aos requisitos técnicos previstos no Edital e apresentados pelas LICITANTES.

10.11.4 Para comprovação das características técnicas, Município de Nova Friburgo poderá solicitar eventuais esclarecimentos às LICITANTES sobre as informações prestadas em sua Propostas Técnicas, devendo a LICITANTE esclarecer os questionamentos ou dúvidas em, no máximo, 02 (dois) dias úteis contados a partir do recebimento formal da solicitação.

10.11.5 A proposta técnica deverá ser entregue atendendo às exigências materiais e formais previstas na Lei, e cada um dos tópicos abordados pela proponente em sua proposta técnica deverá atender os quesitos previstos neste instrumento.

10.11.6 A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 03 (três) envelopes, sendo que o primeiro envelope deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado (envelope nº 01); o segundo envelope deverá conter uma cópia do mesmo Plano de Comunicação Publicitária – Identificado (envelope n. 02); e o terceiro com as demais informações da licitante (Capacidade de Atendimento), integrantes da Proposta Técnica (envelope n. 03).

10.11.7 Todos os documentos da proposta técnica relativos ao Plano de Comunicação Publicitária (envelopes nº 01 e 02) deverão ser redigidos em língua portuguesa, impressos



em papel sulfite A4, 75 g/m², na fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento simples entre linhas, adicionando-se uma linha entre parágrafos.

10.11.8 Os documentos da proposta técnica relativos à Capacidade de Atendimento (envelope n. 03) estão dispensados de observar a formatação contida no item anterior, deste instrumento, devendo, todavia, observar o disposto nos sub itens anteriores.

10.11.9 Os documentos e informações contidos no envelope n. 03 (Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento) não poderão conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, palavra, ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado (envelope n. 01) e que possibilite(m) inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do envelope n. 02 (via identificada), observando-se o disposto nos sub itens anteriores do presente.

10.11.10 Será desclassificada a licitante que apuser, a qualquer parte da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – Mapa de Mídia (envelope n. 01), marca (inclusive dobraduras), sinal, palavra, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do plano antes da abertura do envelope contendo a identificação.

10.11.11 Para efeito de elaboração e avaliação do Plano de Comunicação Publicitária – Mapa de Mídia (tanto na via identificada quanto na não identificada), a licitante deverá apresentar a proposta de acordo com as definições descritas no ‘Briefing’, anexo deste Termo de Referência.

10.11.12 O Plano de Comunicação Publicitária deverá seguir a estrutura e regras constantes neste Termo de Referência e futuro Edital.

10.11.13 Para a correta elaboração do Plano de Comunicação Publicitária (tanto em sua via não identificada quanto na via identificada), pertinente às informações expressas no ‘Briefing’, o licitante deverá considerar como referência o mês e o ano em que será realizada a análise do Plano de Comunicação Publicitária para fins de formulação de proposta.

10.11.14 Apesar de o modelo de Plano de Comunicação Publicitária disponibilizado nos modelos constantes no Anexo IX (via não identificada) e no Anexo X (via identificada), registra-se que a contratação dos autos engloba todos os meios de veiculação de matéria institucional, especialmente a veiculação de VT em emissoras de TV aberta, campanha a ser executada conforme descrito no Anexo referente ao ‘Briefing’, de forma que a licitante



demonstre que a proposta será plena e fielmente executada, incluídas as veiculações nela apontadas.

10.11.15 O Plano de Comunicação Publicitária (tanto em sua via não identificada quanto na via identificada), pertinente às informações expressas no 'Briefing', deverá, além de observar as disposições contidas no Apêndice denominado "Briefing", apresentar todos os dados e valores correspondentes aos veículos/canais de mídia/notícias, os tempos de duração, horários, e tudo mais que interessar e interferir nos valores do Plano de Comunicação Publicitária.

11. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'I', da Lei nº 14.133/2021).

11.1 O valor máximo que a Administração Pública Municipal se dispõe a pagar por esta contratação é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), pelo período de 1 (um) ano, em conformidade com a disponibilidade orçamentária e financeira, de cada ano.

12. OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DAS PARTES:

12.1 Da Contratada:

- a)** atender a todas as solicitações de contratação efetuadas durante a vigência do Contrato ou Ata de Registro de Preços, limitada ao quantitativo de cada item;
- b)** ao fornecimento do objeto, de acordo com as especificações constantes no Edital, em consonância com a proposta apresentada e com a qualidade e especificações determinadas pela legislação em vigor;
- c)** responsabilizar-se pela boa execução e eficiência no fornecimento do produto objeto do edital;
- d)** reparar, corrigir, remover as suas expensas, no todo ou em parte o(s) objeto(s) em que se verifiquem danos em decorrência do transporte, bem como, providenciar a imediata substituição dos mesmos;
- e)** providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pelo contratante quando da entrega do produto;



- f) apresentar, sempre que solicitado documentos que comprovem a procedência do produto fornecido, assim como amostra para análise pela Administração, sem qualquer ônus adicional;
- g) não subcontratar, ceder ou transferir, total ou parcialmente, o objeto do contrato ou da Ata de Registro de Preços;
- h) manter, durante a vigência do contrato ou do Registro de Preços, todas as condições de habilitação e qualificações exigidas na licitação;
- i) a estender aos contratos objeto da Ata, os benefícios e promoções oferecidas aos demais clientes da contratada;
- j) responsabilizar-se por quaisquer danos ou prejuízos físicos ou materiais causados à Administração ou a terceiros, pelos seus prepostos, advindos de imperícia, negligência, imprudência ou desrespeito às normas de segurança, quando da execução do fornecimento;
- k) responsabilizar-se por todas e quaisquer despesas, inclusive, despesa de natureza previdenciária, fiscal, trabalhista ou civil, bem como emolumentos, ônus ou encargos de qualquer espécie e origem, pertinentes à execução do objeto contratado;
- l) mesmo não sendo a fabricante da matéria prima empregada na fabricação de seus produtos, a empresa vencedora, responderá inteira e solidariamente pela qualidade e autenticidade destes, obrigando-se a substituir, as suas expensas, no todo ou em parte, o objeto desta licitação, em que se verificarem vícios, defeitos, incorreções, resultantes da fabricação ou transporte, constatado visualmente ou em laboratório, correndo estes custos por sua conta;
- m) manter endereço eletrônico (e-mail) válido para fins de comunicação com a contratante por todo o período de contratação; comunicando, imediatamente, o Contratante em caso de alteração;

12.2 Das Condições de Execução:

12.2.1 A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual de acordo com a Lei nº 12.232/2010, a Lei n.º 14.133/2021, e seguirá a seguinte dinâmica:

12.2.2. Dar-se-á início à execução do objeto a partir da data de assinatura do contrato.



12.2.3. A descrição detalhada dos métodos, rotinas, etapas, tecnologias, procedimentos, frequência e periodicidade de execução do trabalho estão descritos detalhadamente em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

12.3 Local e horário da prestação dos serviços:

12.3.1 Os serviços serão prestados pela agência de publicidade, no Município de Nova Friburgo/RJ, a partir das exigências da Secretaria de Gabinete do Prefeito, direcionadas e demandadas diretamente pela Subsecretaria de Comunicação Social, não havendo possibilidade de determinar horário.

12.4 Das informações relevantes para o dimensionamento da proposta:

12.4.1 As demandas da Secretaria de Gabinete do Prefeito tem como base as seguintes características:

12.4.2. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do art. 14, da Lei 12.232/2010.

12.4.3. O fornecimento de bens ou serviços especializados em consonância com o previsto no caput art. 14, da Lei 12.232/2010, exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

12.4.3.1 Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao CONTRATANTE, com exceção à compra de mídia:

12.4.3.1.1 fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializados;

12.4.3.1.2 apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

12.4.3.1.3. a impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada, por escrito, para decisão sobre a contratação.

12.4.4. Quanto às cotações, a CONTRATADA deverá exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:



12.4.4.1. Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

12.4.4.2. Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

12.4.4.3. Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

12.4.5. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA deverá coletar orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

12.4.6. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

12.4.6.1. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

12.4.6.2. Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela CONTRATANTE e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (TV e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada -, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

12.4.6.3. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela CONTRATANTE.

12.4.6.4. Disponibilizar à CONTRATANTE informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

12.4.6.5. Entregar à CONTRATANTE cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CONTRATANTE.

12.4.6.6. Entregar à CONTRATANTE, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços



especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

12.4.6.7. Direitos Autorais – A Contratada deve ceder à CONTRATANTE os direitos autorais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.

12.4.6.8. os direitos serão cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

12.4.6.9. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato.

12.4.6.10. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela CONTRATANTE em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.4.6.11. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

12.4.6.12. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra (s) consagrada (s), incorporada (s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

12.5 Dos Procedimentos de transição e finalização do contrato:

12.5.1 Não serão necessários procedimentos de transição e finalização do contrato devido às características do objeto e o significativo lapso temporal entre a última contratação e a presente, cerca de 6 (seis) anos.

12.6 Das Obrigações da Contratada quanto ao objeto a ser contratado:

12.6.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

12.6.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.



12.6.1.2. Centralizar o comando da prestação de serviço de publicidade do CONTRATANTE no Município de Nova Friburgo/RJ, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.

12.6.1.3. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros locais para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições de execução do objeto a ser contratado.

12.6.1.4. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do instrumento contratual, que possui no Município de Nova Friburgo-RJ estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada, no mínimo, por uma equipe de profissionais atuantes e prontos a atender satisfatoriamente o CONTRATANTE.

12.7 Da Contratante:

- a)** comunicar a Contratada toda e quaisquer ocorrências relacionadas aos objetos entregues;
- b)** efetuar o pagamento da Contratada de acordo com a forma de pagamento estipulada na licitação e no Contrato;
- c)** promover o acompanhamento e a fiscalização do fornecimento/prestação dos serviços, sob os aspectos qualitativo e quantitativo, anotando em registro próprio as falhas e solicitando as medidas corretivas;
- d)** rejeitar, no todo ou em parte, o objeto entregue pela Contratada fora das especificações do contrato;
- e)** observar para que durante a vigência do Contrato sejam cumpridas as obrigações assumidas pela Contratada, bem como sejam mantidas todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- f)** aplicar as sanções administrativas, quando se fizerem necessárias;
- g)** prestar à CONTRATADA informações e esclarecimentos que venham a ser solicitados;
- h)** demais condições constantes do edital de licitação;



13. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento, por parte da CONTRATADA, das obrigações assumidas no Presente Termo de Referência, ou o descumprimento dos preceitos legais pertinentes, ensejará a aplicação das sanções previstas na lei 14.133/21.

13.1.1 Comete infração administrativa a contratada que:

13.1.1.1 dar causa à inexecução parcial do contrato;

13.1.1.2 dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

13.1.1.3 dar causa à inexecução total do contrato;

13.1.1.4 deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

13.1.1.5 não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

13.1.1.6 não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

13.1.1.7 ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

13.1.1.8 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

13.1.1.9 fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

13.1.1.10 comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

13.1.1.11 praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

13.1.1.12 praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

13.2 Considera-se comportamento inidôneo, entre outros, a declaração falsa quanto às condições de participação, quanto ao enquadramento como ME/EPP, ou conluio, entre os licitantes, em qualquer momento da licitação, mesmo após o encerramento da fase de lances;

13.3 Pela inexecução total ou parcial do contrato a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à empresa, observando a gravidade das faltas cometidas, as seguintes sanções:

13.3.1 advertência;

13.3.2 multa;



13.3.3 impedimento de licitar e contratar;

13.3.4 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

13.4 compensatória no percentual de até 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total do contrato, pela recusa em assiná-lo, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas;

13.5 compensatória no percentual de até 5% (cinco por cento) do valor da fatura correspondente ao mês em que foi constatada a falta;

13.6 moratória no percentual correspondente a 0,5% (meio por cento), calculada sobre o valor total do contrato, por dia de inadimplência, até o limite máximo de 10% (dez por cento), ou seja, por 20 (vinte) dias, o que poderá ensejar a rescisão do contrato;

13.7 moratória no percentual de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total da contratação, pela inadimplência além do prazo acima, o que poderá ensejar a rescisão do contrato;

13.8 Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 3 (três) anos;

13.9 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Municipal Pública enquanto perdurarem 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 Municipal pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior;

13.10 As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas, motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato da Administração, devidamente justificado;

13.11 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis;

13.12 A aplicação de quaisquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa ao licitante/adjudicatário, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 14.133/21.



14. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1 Fica desde já determinado que a proposta apresentada pelo ganhador do certame deverá ser acompanhada pela planilha de custos e formação de preços.

14.2 Termo de referência elaborado por esta subscritora auxiliada pela equipe técnica de manutenção desta Secretaria Municipal de Gabinete do Prefeito.

Nova Friburgo/RJ, 07 de agosto de 2025.

ELABORADOR:	APOIO TÉCNICO:
<p>Assinado por LUIZ FELIPE ARAUJO DE FREITAS 136.***.***.*** Prefeitura Municipal de Nova Friburgo 13/08/2025 14:56:09</p> <p>Luiz Felipe Araújo de Freitas</p> <p>Matr.: 063.780</p>	<p>Assinado por DANIELE EDDIE DA COSTA PINTO 095.***.***.*** Prefeitura Municipal de Nova Friburgo</p> <p>Daniele Eddie da Costa Pinto</p> <p>Matr.: 199.054</p>

Ratifico o presente termo de referência, nos termos da Lei Federal nº 14.133/21, bem como autorizo **O PROSSEGUIMENTO DO PROCESSO ADMINISTRATIVO.**

Ciente, de acordo:

Assinado por MAYRA MARTINS
SEBASTIAO 139.***.***.***
Prefeitura Municipal de Nova Friburgo
Mayra Martins

Secretária de Gabinete

Matrícula 62.003