

## **CONCORRÊNCIA CO SMCG Nº 03/2024**

**CONCESSÃO COMUM PARA A CONTRATAÇÃO, EM CARÁTER DE EXCLUSIVIDADE, DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO PÚBLICO PARA A CONCEPÇÃO, DESENVOLVIMENTO, FABRICAÇÃO, FORNECIMENTO, INSTALAÇÃO, MANUTENÇÃO E CONSERVAÇÃO DE MOBILIÁRIO URBANO DE USO E DE UTILIDADE PÚBLICA, DIVIDIDO EM 4 (QUATRO) LOTES, NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO/RJ**

**RESPOSTAS AOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO**  
PUBLICADO EM 19/09/2024



**CCPAR**

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
1	16/09/2024	Anexo II-D	3.4.2, i e ii	<p>O item 3.4.2 estabelece, literalmente: A CONCESSIONÁRIA poderá instalar:</p> <p>i) até 2 PAINÉIS PUBLICITÁRIOS externos com 2 (duas) faces publicitárias de até 8 m<sup>2</sup> (oito metros quadrados) cada, em cada um dos 8 (oito) terminais, totalizando até 16 (dezesesseis) PAINÉIS PUBLICITÁRIOS ou 256 m<sup>2</sup> (duzentos e cinquenta e seis metros quadrados).</p> <p>ii) até 576 m<sup>2</sup> (quinhentos e setenta e seis metros quadrados) de faces publicitárias alocadas no exterior das estações, sendo no máximo 1 (um) PAINEL PUBLICITÁRIO por estação.</p> <p>Entende-se:</p> <p>(i) Do item 3.4.2(i), que a concessionária não poderá, sob qualquer hipótese, transferir o seu direito total de 16 (dezesesseis) painéis publicitários entre os 8 (oito) terminais, ficando sempre restrita à instalação de no máximo 2 (dois) painéis por terminal. Adicionalmente, ainda em relação ao mesmo item, a concessionária não poderá, sob nenhuma hipótese, instalar painéis com área de exploração superior a 8m<sup>2</sup> (oito metros quadrados), ainda que não atinja o limite máximo de 256m<sup>2</sup> (duzentos e cinquenta e seis metros quadrados);</p> <p>(ii) Do item 3.4.2(ii), que a concessionária não poderá, sob qualquer hipótese, explorar mais de 1 (um) painel publicitário por estação, ainda que não atinja o limite máximo de 576m<sup>2</sup> (quinhentos e setenta e seis metros quadrados), estando proibida a transferência do direito de exploração de painéis de uma estação para outra.</p>	<p>O entendimento está correto. O limite estabelecido no Anexo II-D é de 2 (dois) Painéis Publicitários externos por terminal e 1 (um) Painel Publicitário externo por estação.</p>

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
				Está correto o entendimento? Caso contrário, favor esclarecer.	
2	16/09/2024	Edital	15.7, B.1	<p>A subalínea (B.1.), do subitem 15.7, do Edital permite que as empresas consorciadas somem seus capitais sociais ou patrimônios líquidos para atingir o valor mínimo exigido. No entanto, ela não esclarece de forma detalhada como essa exigência será distribuída proporcionalmente entre as consorciadas, o que pode resultar em uma responsabilidade financeira desproporcional para uma delas.</p> <p>Poderia esclarecer como será feita a distribuição proporcional dessa exigência entre as consorciadas, para evitar que uma das empresas assumira uma carga financeira excessiva, o que poderia comprometer o equilíbrio e a competitividade da licitação?</p>	Não há exigência de distribuição proporcional à participação das consorciadas nos termos do Edital. O EDITAL determina que, na hipótese de participação em CONSÓRCIO, os capitais sociais ou patrimônios líquidos sejam somados para que o produto dessa soma seja igual ou superior à exigência financeira para o respectivo LOTE.
3	16/09/2024	Edital	15.7, B.1.1	<p>A exigência pode limitar a participação de empresas menores ou consórcios com recursos mais limitados, desestimulando a concorrência e favorecendo grandes corporações. Isso vai contra o princípio da competitividade, previsto na Lei de Licitações, que busca garantir a ampla participação de empresas qualificadas.</p> <p>Considerando que a exigência de comprovação de patrimônio líquido acumulado para todos os lotes de interesse é excessiva e desproporcional, especialmente se a licitante não vencer todos os lotes, seria possível que a comprovação de patrimônio líquido seja ajustada para se aplicar apenas ao(s) lote(s) efetivamente adjudicado(s), ao invés da soma dos lotes de interesse?</p> <p>Garantindo uma maior igualdade entre os</p>	Na forma da subalínea (B.1.1) da subcláusula 15.7, "no caso de participação em mais de um lote, o valor do patrimônio líquido mínimo deve corresponder a pelo menos 10% (dez por cento) da soma dos VALORES ESTIMADOS DO CONTRATO dos lotes de interesse". Por se tratar de documento de habilitação, a aferição da suficiência do patrimônio líquido ou capital social se dará posteriormente à disputa e à divulgação dos LICITANTES melhores classificados no certame e deverá ser suficiente para todos os lotes em que o Licitante foi vencedor. Neste sentido, este deverá atender ao patrimônio líquido ou capital social de todos os lotes que tenha interesse, sob pena de, ao não atender, ter sua garantia executada.

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
				concorrentes e incentivaria a participação de empresas de diferentes portes, preservando o equilíbrio econômico-financeiro.	Um exemplo de quando isso pode ocorrer se dá na seguinte situação: O LICITANTE A apresentou proposta para dois lotes específicos (neste exemplo, adotam-se os lotes 1 e 3), sagrando-se vencedor do Lote 3 e sendo classificado em segundo lugar no Lote 1. Neste cenário, o LICITANTE A apenas deverá comprovar sua qualificação econômico-financeira para o Lote 3, no qual se sagrou vencedor. Caso, durante a análise dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, o LICITANTE B - inicialmente classificado em primeiro lugar do Lote 1 - seja inabilitado, sendo o LICITANTE A, na condição de segundo colocado do Lote 1, convocado para apresentar sua documentação, o LICITANTE A deverá comprovar a sua aptidão financeira para assumir os Lotes 1 e 3. Na hipótese de ser verificada incongruência, o LICITANTE A será inabilitado tanto para o Lote 3 (em que se sagrou vencedor inicial) quanto para o Lote 1 (convocado para suprir a inabilitação do LICITANTE B), com possibilidade de execução da GARANTIA DE PROPOSTA.
4	16/09/2024	Anexo I-C	17.2	Considerando que a Lei de Licitações tem como um de seus principais objetivos garantir a ampla concorrência e a participação de diversas empresas nos processos licitatórios, formulamos uma questão sobre a Cláusula 17.2 do edital. A referida cláusula impõe uma restrição à concessionária do Lote 3 para evitar a veiculação de publicidade de empresas concorrentes da Concessionária Bike Rio. Entendemos que essa restrição pode ser interpretada como uma limitação à liberdade comercial, o que pode	A cláusula 17.2 representa uma condição para prestação do serviço, previamente estabelecida pelo Poder Concedente e de amplo conhecimento de todos os interessados, de modo que não representa barreira à livre concorrência ou violação aos princípios da isonomia e da competitividade. Em complemento, esclarece-se que todos os documentos editalícios foram submetidos para análise da PGM/RJ e do TCM/RJ não tendo sido identificada qualquer mácula aos

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
				<p>impactar negativamente a competitividade do processo e restringir o alcance de outras empresas interessadas em veicular publicidade no mobiliário urbano.</p> <p>Essa limitação não poderia ser interpretada como uma barreira à livre concorrência, criando um tratamento desigual entre as empresas e violando os princípios de isonomia e competitividade estabelecidos na Lei nº 14.133/2021? Seria possível revisar essa restrição para garantir maior liberdade comercial e competitividade entre as empresas anunciantes?</p>	<p>princípios suscitados. Logo, o Poder Concedente mantém a disposição vigente.</p>
5	16/09/2024	Anexo I-C	17.2	<p>Além da limitação comercial, a restrição imposta para evitar a exposição de concorrentes da Concessionária Bike Rio pode causar um tratamento desigual entre as empresas do mercado publicitário.</p> <p>Essa regra pode acabar favorecendo ou limitando certos anunciantes, criando uma barreira que beneficia uma concessionária em detrimento de outras.</p> <p>A isonomia entre empresas concorrentes é um princípio essencial nas contratações públicas, e qualquer limitação que prejudique a igualdade de oportunidades pode ser vista como incompatível com a legislação vigente. Seria possível rever ou ajustar essa restrição de forma a garantir maior liberdade comercial e competitividade entre as empresas anunciantes?</p>	<p>A cláusula 17.2 representa uma condição para prestação do serviço, previamente estabelecida pelo Poder Concedente e de amplo conhecimento de todos os interessados, de modo que não representa barreira à livre concorrência ou violação aos princípios da isonomia e da competitividade. Em complemento, esclarece-se que todos os documentos editalícios foram submetidos para análise da PGM/RJ e do TCM/RJ não tendo sido identificada qualquer mácula aos princípios suscitados. Logo, o Poder Concedente mantém a disposição vigente.</p>
6	16/09/2024	Anexo I-C	17.2	<p>A exigência de evitar a celebração de contratos com anunciantes considerados concorrentes da Concessionária Bike Rio representa uma limitação significativa à liberdade comercial da</p>	<p>É necessário esclarecer que o termo "concorrente" se relaciona com a exploração publicitária realizada pela Concessionária Bike Rio no âmbito da exploração de seu contrato, e</p>

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
				<p>cessionária do Lote 3.  Ao restringir a possibilidade de celebrar contratos com empresas concorrentes da Bike Rio, a concessionária do Lote 3 pode perder oportunidades comerciais significativas. Essa limitação reduz o número de potenciais anunciantes, o que pode impactar diretamente a capacidade de maximizar receitas publicitárias. A cláusula não define claramente o que constitui uma "empresa ou produto concorrente". Essa falta de clareza gera insegurança jurídica, uma vez que a caracterização de concorrência pode ser subjetiva e gerar disputas sobre o que se encaixa na definição de concorrente da Concessionária Bike Rio. Seria possível detalhar de forma objetiva o que se entende por "concorrente" da Concessionária Bike Rio para evitar conflitos e garantir a segurança jurídica durante a execução do contrato?</p>	<p>não com a própria Concessionária Bike Rio. Feito esse apontamento, o termo "concorrente" se refere à exposição publicitária de uma marca ou de um produto que dispute o mesmo segmento econômico que a veiculação publicitária explorada pela Concessionária Bike Rio dentro daquele ponto específico da área de concessão.</p>
7	16/09/2024	Anexo I-C	17.2.1	<p>Embora a cláusula tenha como objetivo evitar concorrência desleal, o risco de conflitos frequentes entre as concessionárias pode afetar negativamente a operação publicitária do Lote 3. Sempre que houver um conflito, será necessário um período de negociação e ajuste, o que pode atrasar campanhas publicitárias, gerar incertezas para os anunciantes e comprometer a eficiência da gestão comercial do Lote 3.  Como a Administração pretende mitigar o impacto operacional causado por esses possíveis conflitos frequentes e garantir que a execução plena do contrato não seja prejudicada?</p>	<p>Conforme Anexo IV-C, o risco de conflito foi alocado expressamente à concessionária do Lote 3, que deverá adotar as medidas que entender pertinentes para reduzir o risco operacional mencionado. Nesse sentido, o próprio Anexo IV-C elenca possíveis ações a serem implementadas pela concessionária do Lote 3 para mitigar este risco como, por exemplo, o estabelecimento de uma interface relacional com a Concessionária Bike Rio, a observância dos segmentos econômicos explorados pela Concessionária Bike Rio ou a celebração de contratos de exploração publicitária com cláusula de rescisão antecipada,</p>

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
					sem prejuízo de outras medidas eventualmente identificadas pela concessionária do lote 3.
8	16/09/2024	Anexo I-C	17.2.1	De acordo com a Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações), as exigências contratuais impostas em processos licitatórios devem seguir os princípios de proporcionalidade e razoabilidade, sendo fundamentadas na necessidade de proteção do interesse público e do equilíbrio econômico-financeiro dos contratos. A cláusula de restrição de publicidade concorrente, juntamente com o prazo de 24 horas para sua adequação, fere os princípios da proporcionalidade e razoabilidade. Um prazo tão curto para regularização pode ser considerado desproporcional, especialmente se considerarmos que a veiculação de publicidade envolve contratos entre várias partes e investimentos antecipados. A inviabilidade prática de cumprimento dessa exigência em tão pouco tempo pode gerar riscos desnecessários para a concessionária. Diante da inviabilidade prática desse prazo, solicitamos que seja reconsiderado para um período mais razoável, como 5 dias úteis, respeitando os princípios de proporcionalidade e razoabilidade previstos na Lei nº 14.133/2021.	O prazo de 24 horas tem por objetivo regular situações nas quais a concessionária do lote 3 realize exploração publicitária que conflite com campanha preexistente da Concessionária Bike Rio na localidade. Caso seja verificado um conflito posterior, a cláusula 17.2.1 do Anexo I-C prevê o prazo de 15 dias para adequação. Desse modo, entende-se que os prazos que regulam cada situação foram estabelecidos conforme os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade.
9	16/09/2024	Anexo II-C	4.8.2	Considerando que o mobiliário que integra o Lote 3 é atualmente explorado por empresa que opera em livre concorrência de mercado com as demais potenciais interessadas no certame; considerando que a exploração de publicidade é elemento essencial para a garantia do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, sendo esta a	O entendimento está incorreto. A concessionária do Lote 3 não poderá promover a exploração publicitária de marcas ou produtos que disputem o mesmo segmento econômico de qualquer veiculação publicitária explorada pela Concessionária Bike Rio dentro daquele ponto específico da área de concessão, não se

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
				principal fonte de receita do futuro concessionário; considerando a proteção à livre concorrência entre os agentes econômicos, constitucionalmente garantida (art. 170, IV, da CF/88); pergunta-se: Está correto o entendimento de que as restrições à exploração de publicidade em pontos de Estações da Bike Rio terá como única limitação a divulgação de marcas concorrentes da marca que identifica as estações da Bike Rio, não podendo ser vetadas campanhas publicitárias na nova concessionária com base em critérios subjetivos?	restringindo à marca que identifica as estações de bicicleta compartilhada. Além disso, veiculação publicitária realizada pela concessionária do Lote 3 deverá observar todas as regras legais e contratuais, bem como os padrões éticos de conduta aplicáveis à publicidade e propaganda.
10	16/09/2024	Anexo II-B	3.6.4; 3.10.2	Nota-se que o subitem 3.6.4 estabelece o prazo de 5 anos para a substituição gradual de equipamentos com a modernização dos painéis mostradores de temperatura e hora, possibilitando a veiculação de mensagens variáveis, com área mínima de 0,3 m <sup>2</sup> e tecnologia Full Color P6 ou superior. Por outro lado, o subitem 3.10.2 estabelece o prazo de 2 anos para a nova concessionária implantar sistema que permita a veiculação de publicidade, mídia e informação municipal de utilidade ou interesse público por geolocalização capaz de ser controlado remotamente, o que somente poderá ser feito por meio da substituição de equipamentos de que trata o subitem 3.6.4, cujo prazo de instalação é de 5 anos. Considerando que o prazo de instalação é elemento essencial para a elaboração da proposta, em razão do cronograma de desembolso exigido da nova concessionária, pede-se esclarecer qual o prazo deverá prevalecer para a substituição dos	O prazo de que trata o item 3.10.2 diz respeito única e exclusivamente, conforme redação do próprio item, aos "RED digitais", ou seja, RED com face publicitária digital existentes e caracterizados como bens reversíveis, conforme descrito no item 2.2. Para RED sem faces digitais, se aplicam os prazos do item 3.6.4, conforme mencionado no item 3.10.2.1.

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
				equipamentos de que trata o subitem 3.6.4, presente a obrigação de que trata o subitem 3.10.2.	
11	16/09/2024	Anexo II-B	2.2.1; 4.2.1	Considerando que o subitem 2.2.1 do Termo de Referência informa a existência de 398 RED e o subitem 4.2.1 permite a instalação de RED adicionais, até o limite de 500, pergunta-se: Está correto o entendimento de que a instalação de equipamentos adicionais, até o limite de 500, somente será autorizada mediante o pagamento de valor adicional de outorga? Poderá ser proposto valor de outorga em razão de percentual de faturamento obtido nos novos equipamentos?	O entendimento está correto no que diz respeito à necessidade de apresentação de proposta pela Concessionária, para avaliação pelo Poder Concedente, para eventual implantação de RED adicionais ao quantitativo de 432 existentes. No entanto, a Concessionária pode propor formas alternativas de remuneração do Poder Concedente, como Outorga Fixa, Outorga Variável, execução de encargos adicionais etc. Por fim, cumpre informar que, conforme descrito no item 2.2, existem atualmente 432 RED no Município, sendo que os 34 RED existentes na região do Porto Maravilha são igualmente Objeto da presente Concessão.
12	16/09/2024	Anexo II-D	2.3	Considerando que houve alteração no tamanho dos equipamentos listados no subitem 2.3 em relação à versão anterior do presente Edital, sem alteração do valor da outorga mínimo previsto, pergunta-se: (i) os tamanhos dos equipamentos listados são meramente referenciais, podendo a nova concessionária propor a substituição dos equipamentos, quando da execução do contrato; (ii) houve adequação ou atualização do estudo de viabilidade econômico-financeiro, ante a alteração empreendida, sem alteração do valor da outorga?	Esclarecemos que os equipamentos listados no subitem 2.3 são meramente referenciais e exemplificativos dos Painéis Publicitários existentes atualmente, que não constituem bens reversíveis. Os Painéis Publicitários que a Concessionária poderá instalar deverão observar as especificações técnicas dispostas no Anexo II-D. Por fim, cumpre informar que houve alterações nos valores de outorga mínima entre as publicações, refletindo os diversos ajustes realizados no Edital, Termo de Referência e demais anexos, que impactaram diretamente no Estudo Econômico e ensejaram recontagem de prazo, a fim de garantir tempo hábil de análise aos interessados.

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Coordenação Governamental**  
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - Cidade Nova  
20211-110 - Rio de Janeiro, RJ

Nº	Data	Documento	Item/Cláusula	Esclarecimento/Sugestão/Crítica	Resposta
13	16/09/2024	Anexo I-A / Anexo I-B / Anexo I-C / Anexo I-D	32	<p>Considerando que a cláusula 32. FISCALIZAÇÃO, das minutas de contrato, de todos os Lotes, constante dos Anexos I-A, I-B, I-C e I-D, prevê que o PODE CONCEDENTE exercerá a fiscalização; e Considerando o enquadramento da situação do contrato de concessão à hipótese prevista no artigo 98-A, III, "i" da Lei 691/84: Art. 98-A. Estão isentos do pagamento de taxa: [...]</p> <p>III - quando relativa à disciplina da exploração de meios de publicidade ao ar livre ou em locais expostos ao público a que se refere o inciso IV do art. 87 - Taxa de Autorização de Publicidade, a instalação de meios de publicidade: [...]</p> <p>i) que integrem mobiliário urbano e cujas condições de instalação tenham sido definidas em processo licitatório, desde que tenha havido pagamento de preço ou prestação de contrapartida pelo direito à exibição de publicidade.</p> <p>Entendemos que a Taxa de Autorização de Publicidade, não será devida, pois a CONCESSIONÁRIA estará isenta de pagar a TAP de quaisquer dos Lotes de 1 a 4, tanto pelo previsão legal, quanto pela previsão editalícia, mormente porque será cobrado o valor de outorga, notadamente, conforme previsão na cláusula 33.1, da minuta de contrato. Nosso entendimento de que a futura CONCESSIONÁRIA estará isenta de pagar a TAP está correto?</p>	O Estudo Econômico de Referência considerou os termos do art. 98-A, inciso III, alínea "i", da Lei Municipal nº 691/84, com redação dada pela Lei Municipal nº 7.000/2021. Em todo caso, é de responsabilidade de cada licitante considerar e interpretar a legislação aplicável, para elaboração de suas propostas econômicas.