

**CÂMARA
DE COLOMBO**

EDITAL TOMADA DE PREÇOS 02/2021 - REEDITADO
Contratação de Agência de Propaganda

1.0 PREÂMBULO

1.1 - A CÂMARA MUNICIPAL DE COLOMBO, Estado do Paraná, representada por seu Presidente, Excelentíssimo Senhor Vereador **Vagner Brandão**, através da Comissão Permanente de Licitação designada pela Portaria nº 26/2021, de 15/03/2021, atendendo a solicitação do Exmo. Senhor Presidente, de conformidade com o disposto na Lei nº. 8.666/1993, na Lei nº. 12. 232/2010 e na Lei nº. 4680/65 e em suas alterações e no Processo Administrativo nº 414/2021, torna pública a realização de procedimento de licitação, na modalidade **TOMADA DE PREÇO**, sob nº. 02/2021, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, a ser realizada no dia 06/07/2021, às 14 horas, no Plenário da Câmara Municipal de Colombo, situada à Rua Francisco Busato, nº. 8005, na cidade de Colombo, Estado do Paraná, tendo como objeto a contratação de Agência de Propaganda para prestação dos serviços publicitários, na forma que especifica adiante.

1.2 – Os envelopes contendo as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos no dia 06 de julho de 2021, às 14:00 horas na secretaria da Câmara Municipal de Colombo, no endereço acima mencionado. As Propostas Técnicas serão abertas na data de recebimento, obedecidos aos trâmites do procedimento licitatório contemplados neste Edital. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, nos termos da Lei nº 12.232/10, da Lei nº 8.666/93 com alterações posteriores aplicável subsidiariamente, da Lei nº 4.680/65 e disposições deste Edital. Os serviços publicitários objeto da presente Tomada de Preços apenas serão contratados junto a Agências de Propaganda que detenham o Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou equivalente.

2.0. OBJETO

2.1. A presente Tomada de Preços tem por objeto a contratação de Agência de Propaganda para prestação dos serviços publicitários previstos no item 2.2.

2.1.1. A soma estimada das despesas a serem realizadas pela CONTRATANTE é de até R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais) anuais e por demanda. Que ocorrerá na dotação orçamentária nº 3.3.90.39.99.99.00 – demais serviços de terceiros, pessoa jurídica.

2.2. Os serviços publicitários objeto da presente Tomada de Preços, compreendem:



**CÂMARA
DE COLOMBO**

I - Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;

II - Planejamento e 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas; As pesquisas e avaliações previstas neste inciso terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

III - A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

IV - A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2.1. Nos termos do art. 3º, da Lei nº. 4680/65, a Agência atuará por conta e ordem de servidor da Câmara Municipal de Colombo, gestor do contrato, definido expressa e formalmente após a assinatura de tal instrumento, sendo que as contratações de fornecedores e serviços especializados, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos ao objeto do contrato, bem como, de veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários (sem qualquer restrição de mídia), se dará nos termos do art. 14, da Lei nº. 12232/2010.

2.3. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

3.0. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO E CREDENCIAMENTO

3.1. Poderão participar desta Tomada de Preços:

3.1.1. As empresas do ramo pertinente, certificadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), ou entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

3.2. Estarão impedidas de participar de qualquer fase do processo, empresas que se enquadrem em uma ou mais das situações a seguir:

3.2.1. Estejam cumprindo penalidade de suspensão temporária imposta pela administração municipal, ainda, penalidade imposta por qualquer órgão da



**CÂMARA
DE COLOMBO**

administração pública motivada pelas hipóteses previstas no artigo 88 da Lei Federal n.º 8.666/93 e alterações.

3.2.2. Sejam declaradas inidôneas em qualquer esfera de governo.

3.2.3. Que estejam incluídas no disposto no artigo 9º da Lei Federal n.º 8.666/93 e alterações.

3.2.4. Estejam em situação irregular perante as fazendas: nacional, estadual, municipal, e perante o INSS e o FGTS.

3.2.5. Que possuam sócio, cotista, dirigente, bem como as que possuam em seu quadro funcional ou venham a contratar empregados com incompatibilidade com as autoridades contratantes ou ocupantes de cargos de direção, de chefia ou de assessoramento, conforme estabelece o entendimento constante no prejulgado 09 do Tribunal de Contas do Estado do Paraná, publicado no AOTC 229 de 11/12/2009, referente a Sumula Vinculante n.º 13 do Supremo Tribunal Federal que versa sobre o nepotismo;

3.2.5.1. Estão inseridos no conceito de incompatibilidade, sócios, dirigentes ou cotistas que forem servidores do órgão licitante, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta e colateral, consanguíneo ou afim de servidor público do órgão ou entidade licitante, que nele exerça cargo em comissão ou função de confiança, seja membro da Comissão de Licitação, pregoeiro ou autoridade ligada à contratação.

3.3. Credenciamento e Representação

3.3.1. A licitante deverá se apresentar junto a Comissão de Licitações através de um representante (representante legal ou preposto) devidamente munido dos documentos que o credenciam a participar deste procedimento licitatório.

3.3.2. Cada licitante credenciará apenas um representante que será o único admitido a intervir nas fases do procedimento licitatório e a responder, para todos os atos e efeitos previstos neste Edital, por sua representada.

3.3.3. Por credenciamento entende-se a apresentação conjunta dos seguintes documentos:

3.3.3.1. Documento oficial de identidade;

3.3.3.2. Registro comercial, no caso de empresa individual, acompanhado da cópia autenticada da cédula de identidade do Proprietário ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores ou inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício ou decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira,



**CÂMARA
DE COLOMBO**

em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

3.3.3.3. Procuração que comprove a outorga de poderes, na forma da lei, para praticar todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante, ou documento no qual estejam expressos poderes, para exercer direito e assumir obrigações, no caso de o representante ser sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da licitante, em decorrência de tal investidura.

3.3.3.3.1. Caso a procuração seja particular, deverá ter firma reconhecida;

3.3.3.4. Certificado emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

3.4. A participação na presente Tomada de Preços implica tacitamente, para a licitante, na confirmação de que recebeu da Comissão de Licitação o envelope nº. 01, conforme previsto no subitem 4.1.1, letra "a" e as informações necessárias ao cumprimento desta Tomada de Preços.

3.5. Estes documentos (originais ou cópias) deverão ser apresentados antes do início da sessão. No caso de cópias, as mesmas deverão ser autenticadas por tabelião em Cartório, ou pelo membro da Comissão de Licitação, a vista do original.

3.6. O representante poderá ser substituído a qualquer momento por outro devidamente credenciado.

3.7. Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma empresa licitante.

3.8. A apresentação da documentação e propostas implicará à plena e irrevogável aceitação de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus anexos, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.0. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

4.1. As Propostas Técnica e de Preços deverão ser apresentadas a Comissão Especial de Licitação, em envelopes distintos e separados, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações previstas abaixo.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

4.1.1. Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, a saber:

- a) Plano de Comunicação Publicitária - Via não identificada: envelope n.º01, fornecido pela Comissão de Licitação;
- b) Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada: envelope n.º02;
- c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope n.º03.

4.1.1.1. O envelope n.º 01, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária (**Via não identificada**) deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Este envelope não poderá conter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n.º02.

4.1.1.1.1. A Comissão de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada, se estiver acondicionado no envelope n.º 01, fornecido obrigatoriamente, pela Comissão de Licitação.

4.1.1.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada, deverá ser redigida em língua portuguesa, exceção feita as expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

I - Em papel A4, branco entre 75 e 90 gramas;

II - Com espaçamento "simples" entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos;

III - Com texto em fonte "Arial", tamanho 12 pontos, permitido o uso de negrito em títulos, subtítulos e palavras ou frases de destaque;

IV - Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

V - Alinhamento justificado do texto;

VI - Em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo, com grampo metálico;

VII - Sem capa e contracapa;

VIII - Sem identificação da licitante;

IX - Sem numeração nas páginas;



**CÂMARA
DE COLOMBO**

X - As peças da Ideia Criativa devem ser impressas em papel A3, ^{em folhas} soltas podendo usar papel especial.

4.1.1.1.2.1. As especificações do subitem **4.1.1.1.2** aplicam-se, no que couber, ao subquesito "Ideia Criativa".

4.1.1.1.2.2. As tabelas, gráficos e planilhas do subquesito "Estratégia de Mídia e Não Mídia" poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.

4.1.1.1.3. O Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

4.1.1.1.4. O envelope n.º 01 deverá ser retirado pelos licitantes no seguinte endereço: Rua Francisco Busato, 8005, Centro, Colombo-PR, com um dos membros da Comissão de Licitações em horário previamente agendado pelo e-mail licitacao@camaracolombo.pr.gov.br

4.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária Via Identificada, deverá ser apresentado no envelope n.º 02, assim identificado, mediante a posição de etiqueta:

ENVELOPE N° 02

PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA (Raciocínio Básico. Estratégia de Comunicação).

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

CNPJ DA LICITANTE:

TOMADA DE PREÇOS N° 00/2021

4.1.2.1.1. O envelope n.º 02 será providenciado pelo licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

4.1.2.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária - **Via Identificada**, sem os exemplos de peças que ilustram a "Ideia Criativa", deverá constituir-se em uma **cópia da via não identificada**, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.1.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, serão informadas no envelope n.º 03, assim identificado, mediante a posição de etiqueta:



**CÂMARA
DE COLOMBO**

ENVELOPE N°. 03

PROPOSTA TÉCNICA: (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

CNPJ DA LICITANTE:

TOMADA DE PREÇOS N° 00/2021

4.1.3.1.1. O envelope n.º 03 será providenciado pelo licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.1.3.2. No envelope n.º 03 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada, e que permita a identificação da autoria da mesma, antes da abertura do envelope n.º 02.

4.1.4. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no envelope n.º 04, assim identificado, mediante a posição de etiqueta:

ENVELOPE N°. 04

PROPOSTA DE PREÇOS

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

CNPJ DA LICITANTE:

TOMADA DE PREÇOS PÚBLICA N° 00/2021

4.1.4.1. O envelope n.º 04 será providenciado pelo licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.1.4.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta de Preços deverá ser datada e assinada no documento referido no **subitem 9.3** deste Edital, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.0. PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes n° 1, 2 e 3)



**CÂMARA
DE COLOMBO**

5.1. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

5.1.1. Plano de Comunicação Publicitária: a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (Anexo I), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

5.1.1.1. Raciocínio Básico: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de Comunicação da Câmara;

5.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante:

I - Apresentará e defenderá o tema e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de Comunicação da Câmara;

II - Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

5.1.1.3. Ideia Criativa: a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

I - Apresentará a relação de todas as peças integrantes da campanha e as peças que, eventualmente, extrapolarem o limite previsto na alínea I do subitem **5.1.1.3.1**; com comentários sobre cada peça ou material.

II - Apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;

5.1.1.3.1. Os exemplos de peças:

I - Estão limitados ao máximo de cinco, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;

II - Podem ser apresentados sob forma de roteiro, layout e/ou story-board impressos, para qualquer peça, e poderá ser apresentado "monstro", para internet;

III - Só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

IV - Apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea I do subitem **5.1.1.3.1**.

5.1.1.4. Estratégia de Mídia e não Mídia – constituída de:



**CÂMARA
DE COLOMBO**

I - Texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Colombo;

II - Simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata a alínea I do subitem.

5.1.1.4.1. Acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

5.1.1.4.2. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos: o período de veiculação; os valores dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

5.1.1.4.3. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

5.1.1.4.4. Na simulação de que trata a alínea II do subitem 5.1.1.4:

I - Os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos vigentes na data do aviso da licitação, exceto mídias digitais que não possuem tabelas;

II - Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;

III - O valor a ser considerado na campanha simulada é de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais); para o período de 30 (trinta) dias.

5.1.2 Capacidade de Atendimento: textos, fotos, imagens, gráficos, em que a licitante apresentará:

I - Relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, de no mínimo três, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II - A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no máximo 5 linhas, com nome, formação e experiência), dos profissionais da licitante, discriminando-se as áreas de redação, direção de arte, arte finalista, produção gráfica, mídia, atendimento e administrativo; a comprovação do vínculo com estes profissionais poderá ser feita: com as respectivas Carteiras de Trabalho ou Contrato Social ou Contrato de Prestação de Serviços entre a empresa licitante e o profissional apresentado, comprovando a função exercida. Vedado o acúmulo de funções;

III - As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;



**CÂMARA
DE COLOMBO**

IV - A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridos pelo licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

5.1.3. Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.

5.1.3.1. Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.

5.1.3.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a identificação da licitante, título, período de veiculação, distribuição, exibição, exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.

5.1.3.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Câmara Municipal de Colombo.

5.1.3.5. As peças que constituem o repertório estão limitadas a três para cada uma das mídias de veiculação selecionadas pela licitante, como as mais representativas de suas características, observado o limite total fixado no subitem 5.1.3.1.

5.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até dois cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementados pelos anunciantes.

5.1.4.1. É permitida a inclusão de até três peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.2. O texto pertinente ao Plano de Comunicação Publicitária está limitado ao máximo de oito páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente, apenas para separar os textos dos quesitos, a página com a relação prevista na alínea I do subitem 5.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea II do subitem 5.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas I e II do subitem 5.1.1.4.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

5.3. A critério da Câmara, a campanha publicitária da(s) Proposta(s) vencedora(s) poderá(ão) ou não vir a ser(em) produzida(s) e veiculada(s), com ou sem modificações, na vigência do contrato.

6.0. PROPOSTA DE PREÇOS (Envelope nº 4)

6.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em conformidade com o estabelecido no Anexo III.

7.0. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.1. Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, terão os documentos relativos à habilitação apresentados e analisados, devendo a documentação ser apresentada em envelope fechado, com as identificações e informações abaixo previstas, consistentes em:

ENVELOPE N°. 05

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

CNPJ DA LICITANTE:

TOMADA DE PREÇOS N° 00/2021

7.1.1. A documentação relativa à habilitação jurídica consistirá em:

7.1.1.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ (MF);

7.1.1.2. Registro comercial, no caso de empresa individual, acompanhado da cópia autenticada da cédula de identidade do Proprietário e/ou;

7.1.1.2.1. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores e/ou;

7.1.1.2.2. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício e/ou;

7.1.1.2.3. Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para



**CÂMARA
DE COLOMBO**

funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

7.1.1.3. Comprovante de cadastro junto à Prefeitura de Colombo.

7.1.2. A documentação relativa à regularidade fiscal consistirá em:

7.1.2.1. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, relativa ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

7.1.2.2. Nos casos em que a validade do Alvará de Licença esteja atrelada à apresentação de comprovante de pagamento da taxa anual, será aceito como comprovante a Certidão Negativa de Débitos da respectiva municipalidade;

7.1.2.3. Prova de regularidade com a Fazenda Nacional e Dívida Ativa da União, abrangendo inclusive as contribuições sociais e previdenciárias, mediante apresentação de Certidão Negativa e/ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa de Tributos, dentro do prazo de validade;

7.1.2.4. Prova de regularidade com a Fazenda do Estado da localidade da sede da proponente, mediante apresentação de Certidão Negativa e/ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa de Tributos Estaduais, dentro do prazo de validade;

7.1.2.5. Prova de regularidade com a Fazenda do Município onde se localiza a sede da proponente, mediante apresentação de Certidão Negativa e/ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa de Tributos Municipais, dentro do prazo de validade;

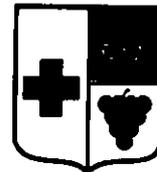
7.1.2.6. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante apresentação de Certificado de Regularidade emitido pela Caixa Econômica Federal (CEF), , dentro do prazo de validade;

7.1.2.7. Certidão Negativa e/ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa de débitos trabalhistas como prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho (www.tst.jus.br/certidao).

7.1.2.8. Certidão tributária municipal negativa, ou positiva com efeitos de negativa, emitida pelo município de Colombo-PR.

7.1.3. A documentação relativa à qualificação técnica consistirá em:

7.1.3.1. Prova constituída por documento(s) expedido(s) por entidades da Administração Direta ou Indireta, Federal, Estadual, Municipal ou por pessoa jurídica de direito privado, da execução dos serviços da mesma natureza do ora licitado, apresentação de no **mínimo 01 (um)** atestado de capacidade técnica em nome da proponente, preferencialmente de entidade pública.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

7.1.3.2. Certificado de qualificação técnica fornecido pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP ou equivalente);

7.1.4. A documentação relativa à qualificação econômica - financeira consistirá em:

7.1.4.1. Certidão de falência, recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio, no caso de pessoa Física, com data de expedição não excedente a 90 (noventa) dias;

7.1.4.1.1. Caso as certidões sejam positivas apresentar documentação que garanta sua viabilidade econômica e o cumprimento das obrigações compactuadas

7.1.4.2. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis (Acórdão 1999/2014 de 30/07/2014) e apresentados na forma da lei, com termo de abertura e encerramento, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, que permitir aferir a condição financeira da empresa licitante. Devendo as demonstrações estarem assinadas por contabilista devidamente registrado no conselho regional de contabilidade.

7.1.4.3. Para comprovar a boa situação financeira, a empresa deverá apresentar:

7.1.4.3.1. Apresentação dos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1,0(um).

I) ÍNDICE DE LIQUIDEZ GERAL(LG)

$LG = (ATIVO\ CIRCULANTE + REALIZÁVEL\ A\ LONGO\ PRAZO) / (PASSIVO\ CIRCULANTE + PASSIVO\ NÃO\ CIRCULANTE)$

II) ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE(LC)

$LC = ATIVO\ CIRCULANTE / PASSIVO\ CIRCULANTE$

7.1.5. Declarações:

7.1.5.1. Declaração de declaração de idoneidade e responsabilidades (Anexo IV);

7.1.6. As microempresas e empresas de pequeno porte, possuem prerrogativas e benefícios concedidos pela Lei Complementar nº.123/2006 e Lei Complementar nº.147/2014, sendo assim deverão apresentar declaração

João
43



**CÂMARA
DE COLOMBO**

firmada pelo representante legal da proponente (Anexo V) ou a Certidão Simplificada da Junta Comercial para comprovar o enquadramento;

7.1.6.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal da microempresa e/ou empresa de pequeno porte será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a regularização da documentação, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, a emissão de eventuais certidões negativas ou positivas, com efeito de certidão negativa (Artigo 43, § 1º, Lei Complementar nº.147/2014).

7.1.7. Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

I - Em nome da licitante e com o n.º do CNPJ;

II - Todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz;

III - Não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

7.1.8. A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos implicará na imediata inabilitação da empresa, e conseqüente desclassificação do pleito.

8.0. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

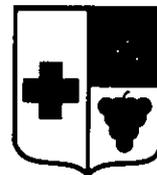
8.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes n.º 1 e 3, de caráter público.

8.2. A Comissão de Licitações receberá os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

8.2.1. Os envelopes n.º 1, fornecidos pela Comissão de Licitação, somente serão por ela recebidos, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

8.2.2. A Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados, não identificados, que contém o Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º1).

8.3. A Comissão de Licitação abrirá os envelopes n.º 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os envelopes n.º 1 e 3 separadamente à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

8.4. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista na cláusula **10.0**, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

8.4.1. Plano de Comunicação Publicitária

8.4.1.1. Raciocínio Básico - clareza de compreensão:

I - Das características da Câmara Municipal de Colombo e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

II - Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Colombo com seus públicos;

III - Do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Colombo.

8.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

I - A adequação do tema e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Câmara Municipal de Colombo e a seu problema específico de comunicação;

II - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema e do conceito propostos;

III - A riqueza de desdobramentos possíveis do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Colombo com seus públicos;

IV - A adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Colombo;

V - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária/proposta;

VI - A capacidade de identificar as opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

VII - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Colombo e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da Câmara Municipal de Colombo e a verba disponível.

8.4.1.3. Ideia Criativa

I - Sua adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Colombo;

II - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

III - A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;


15



**CÂMARA
DE COLOMBO**

- IV - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- V - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- VI - Sua pertinência as atividades da Câmara Municipal de Colombo e a sua inserção na sociedade;
- VII - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- VIII - A exequibilidade das peças;
- IX - A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

8.4.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- I - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- II - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- III - A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores;
- IV - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Colombo;
- V - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- VI - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.4.2. Capacidade de Atendimento

- I - O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- II - A adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Colombo, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- III - A estrutura operacional disponível durante a execução do contrato e a qualidade dos profissionais;
- IV - A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Colombo e a licitante, esquematizado na Proposta.

8.4.3. Repertório

- I - A ideia criativa e sua pertinência;



**CÂMARA
DE COLOMBO**

II - A clareza da exposição;

III- A qualidade da execução e do acabamento.

8.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

I - A concatenação lógica da exposição;

II - A evidência de planejamento publicitário;

III - A consistência das relações de causa e efeito entre problemas e solução;

IV - A relevância dos resultados apresentados.

8.5. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 60 (sessenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

8.5.1.1. Plano de Comunicação Publicitária 30 (trinta)

I - Raciocínio Básico - 05 (cinco)

II - Estratégia de Comunicação Publicitária -10 (dez)

III - Ideia Criativa - 10 (dez)

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia -05 (cinco)

8.5.1.2. Capacidade de Atendimento - 10 (dez)

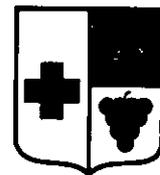
8.5.1.3. Repertório - 10 (dez)

8.5.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 10 (dez)

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

8.5.2.1. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

8.5.2.1.1. Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

8.5.3. A nota de cada licitante corresponderá a soma dos pontos dos ^{questos} quesitos.

8.5.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

8.6. Será desclassificada a Proposta que:

- I - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- II - Não alcançar, no total, a nota mínima de 42 (quarente e dois) pontos;
- III - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

8.7. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 8.4.1, 8.4.2, 8.4.3 e 8.4.4.**

8.8. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na forma do **item 12.0** e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.0. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

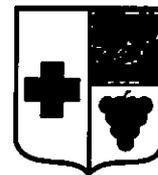
9.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

9.2. Será desclassificada:

- I - A Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- II - A proposta que não atenda às exigências do ato convocatório da licitação.

9.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do artigo 46, § 2º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

- I - Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e a execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários.
- II - A proposta que apresentar percentual de honorários acima de 10% (dez por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;



**CÂMARA
DE COLOMBO**

9.4. A Comissão de Licitação atribuirá pontos para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

9.4.1. Percentual de Desconto sobre Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná:

- I - Desconto de até 20% = 2 pontos
- II - Desconto de 20.1 a 30% = 4 pontos
- III - Desconto de 30.1% a 40% = 6 pontos
- IV - Desconto de 40.1% a 50% = 8 pontos
- V - Desconto de 50.1 a 60% = 10 pontos
- VI – Desconto de 60.1% a 70% = 12 pontos
- VII – Desconto de 70.1% a 80% = 14 pontos
- VIII – Desconto acima de 80.1% = 16 pontos

9.4.2. Percentual de desconto sobre honorários referentes a produção de peças e materiais, realizados por terceiros (sobre honorários de 15%):

- I. Desconto de 0 % = 2 pontos (honorário equivalente a 15%)
- II. Desconto de 0.1% a 10% = 4 pontos (honorário equivalente a até 13,5%)
- III. Desconto de 10.1% a 20% = 6 pontos (honorário equivalente a até 12%)
- IV. Desconto de 20% a 33,3% = 8 pontos (honorário equivalente a até 10%)
- V. Desconto de 33,3% a 50% = 10 pontos (honorário equivalente a até 7,5%)
- VI. Desconto de 50.1% ou mais = 12 pontos (honorário equivalente a menos de 7,5%)

9.4.3. Percentual de desconto sobre honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (sobre honorário de 10%); :

- I - Desconto de 0% = 4 pontos (honorário equivalente a 10%)
- II - Desconto de 0.1 % a 25% = 8 pontos (honorário equivalente a até 7,5%)



**CÂMARA
DE COLOMBO**

III - Desconto de 25.1 % a 50% = 12 pontos (honorário equivalente a até 5%)

9.4.4. A nota de cada Proposta de Preços será mediante a soma dos pontos dos quesitos constantes no **subitem 9.4**, que totalizam 40 (quarenta) pontos.

9.4.5. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

9.4.6. Serão somadas as notas da proposta técnica com a nota da proposta de preços, e apresentado a classificação de todas as licitantes.

9.4.7. Será considerado para desempate a maior pontuação obtida, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 8.4.1, 8.4.2, 8.4.3 e 8.4.4.**

9.5. Quando todas as licitantes forem desclassificadas, a Comissão de Licitação poderá fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas escoimadas das causas que ensejaram a desclassificação.

10.0. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. A Subcomissão Técnica será constituída por três membros formados, ou com experiência, em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, um terço deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o órgão público conforme artigo 10 da Lei n.º 12.232/2010.

10.2. A escolha nos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com anterioridade, pela Comissão de Licitação.

10.2.1. O sorteio será realizado entre os nomes de profissionais previamente cadastrados, que irão compor uma lista que será publicada na imprensa oficial, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.2.2. A lista a que se refere o **subitem 10.2.1**, deverá ter, no mínimo, nove nomes, dos três cinco não podem manter vínculo algum com a Câmara Municipal de Colombo.

10.2.3. Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa constante da relação publicada, desde que tenha fundamentação jurídica para tanto.

10.2.3.1. A impugnação, devidamente justificada e com fundamentos legais, deverá ser protocolada no setor de Protocolo da Câmara Municipal de Colombo,

 20



**CÂMARA
DE COLOMBO**

localizado à Rua Francisco Busato, 8005 – Centro, em regra, salvo em face das restrições decorrentes da pandemia Covid-19, o qual poderá ser encaminhada pelo e-mail: licitacao@camaracolombo.pr.gov.br.

10.2.4. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Câmara Municipal.

10.2.5. Não poderão participar do sorteio profissionais que mantenham vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com qualquer das empresas interessadas em participar na licitação que será promovida pela Câmara Municipal de Colombo.

10.2.6. A participação na subcomissão técnica será considerada serviço relevante e sem remuneração.

11. FORMA DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Desenvolvimento dos serviços conforme a demanda e a necessidade da Administração, cumprindo com as exigências e os prazos determinados para a execução dos serviços.

12. PRAZO DE EXECUÇÃO

O prazo de execução será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por igual período, conforme legislação vigente.

13. PLANO DE MÍDIA

13.1. A contratada da licitação deverá apresentar em até 30 dias da homologação final da licitação, um Plano de mídia, para os doze meses de contrato, no qual deverá indicar quais serão as estratégias e os meios de comunicação que serão utilizados, dando ênfase às mídias digitais, como divulgações em blogs, constando previsão aproximada de gastos mensais. Sendo que o Plano deverá ser apresentado e aprovado pela Presidência da Câmara de Colombo anteriormente à assinatura do contrato.

13.2. Caso haja renovação do contrato a contratada deverá apresentar novo plano de mídia para o prazo da renovação do contrato.

13.3. O cronograma de execução do plano de mídia seguirá e se adaptará conforme a demanda da Câmara Municipal de Colombo.

21



**CÂMARA
DE COLOMBO**

14. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

14.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas contratuais, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

14.2. A contratada fará jus à remuneração sobre veiculação a base de 20% (vinte por cento) conforme a Lei Federal nº 4.680/65 e Decreto nº 57.690/1966 e normas do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

14.3. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

14.4. O pagamento será efetuado para licitante vencedora conforme especificado em contrato.

14.5. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à Câmara Municipal de Colombo para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.

14.6. As notas fiscais/faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra a Câmara Municipal de Colombo, aos cuidados da licitante vencedora e, conter no histórico, a descrição completa do serviço prestado.

14.7. Mensalmente juntamente com a comprovação constante no item 14.6 a contratada deverá apresentar demonstrativo de compatibilidade das ações realizadas no mês com o plano de mídia apresentado, devendo conter no mínimo as seguintes informações: tipo de mídia utilizada, nome do meio de comunicação, data da veiculação, e resumo do conteúdo veiculado.

15. DA CONTRATAÇÃO

15.1. - As obrigações decorrentes desta licitação serão formalizadas por meio de instrumento contratual, observadas as condições deste Edital, seus Anexos, a proposta apresentada e a legislação correspondente.

15.2. - A minuta de contrato anexa ao presente Edital é sugestiva e poderá ser alterada mediante interesse e prerrogativas da Administração Pública, de forma motivada, sem que se alterem os elementos essenciais e objeto da presente licitação.

15.3. - A não assinatura do contrato por parte da proponente vencedora, por qualquer motivo, dentro do prazo estabelecido, implicará em sua eliminação,



**CÂMARA
DE COLOMBO**

ficando sujeita à cominação prevista no art. 81, da Lei nº 8.666/93, sendo facultado o chamamento por ordem de classificação, quando houver, das demais licitantes, em ordem de classificação, para a assinatura do contrato, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços; ou ainda determinada a revogação da licitação.

15.3.1 - Não se aplicam as penalidades aos licitantes convocados nos termos deste item, que não aceitarem a contratação nas condições propostas pelo primeiro vencedor.

15.4 - A licitante vencedora terá o prazo de dez dias, contados da homologação do certamente, para apresentar Certidão simplificada e atualizada da Junta Comercial da sua sede ou outro órgão registral competente, para confirmação das informações societárias; e, certidão negativa dos Tribunais de Conta da União, do Estado da Federação onde mantém sua sede e do Estado do Paraná, para fins de averiguação acerca da idoneidade declarada na habilitação.

15.4.1 - A não apresentação dos documentos poderá acarretar as punições previstas neste edital e na legislação vigente, a critério do fiscal do contrato.

16. DAS PENALIDADES

16.1 - No caso de não cumprimento do prazo de entrega do objeto, será aplicável à CONTRATADA multa moratória de valor equivalente a 0,5% (zero vírgula cinco por cento) sobre o valor total do contrato, por dia excedente ao respectivo prazo.

16.2 - Pela inexecução total ou parcial do Contrato, garantida a prévia defesa, poderá ser aplicada à contratada as sanções previstas no art. 87, da Lei nº 8.666/93 e multa correspondente a 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato.

17. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

17.1 Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação das Leis Federais n. 12.232/2010 e 8.666/93, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 03 (três) dias úteis.

17.2 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital a licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder o recebimento e a abertura dos envelopes contendo a proposta técnica, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

17.3 Eventuais recursos referentes à presente Tomada de Preços deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis após o conhecimento da



**CÂMARA
DE COLOMBO**

decisão correspondente, em petição escrita dirigida ao Presidente da Câmara Municipal de Colombo, por intermédio da presidente da Comissão Permanente de Licitações, sempre de forma fundamentada.

17.4 Em face da pandemia COVID-19, os recursos deverão ser encaminhados via e-mail, diretamente para a Comissão de Licitações, que acusará o recebimento em e-mail de resposta.

17.5 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, mediante publicação em sítio eletrônico oficial da Casa na internet, que terão o prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da comunicação, para impugná-lo.

17.6 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitações poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído com a(s) respectiva(s) impugnação(ões), à Presidente da Câmara Municipal de Colombo, que o decidirá em até 05 (cinco) dias úteis, contados de seu recebimento.

17.7 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou desprovido de fundamentação.

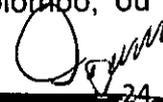
17.8 Será franqueada aos interessados, desde a data de início do prazo para a interposição de recursos ou impugnações, até seu término, vista dos autos desta Tomada de Preços, no site da Câmara Municipal de Colombo.

17.9 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação da licitante e julgamento de propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitações – motivadamente e se houver interesse para a Contratante – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

18. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1 - Esclarecimentos referentes a presente licitação e às condições para atendimento das obrigações necessárias ao cumprimento de seu objeto, somente serão prestados quando solicitados por escrito, dirigidos ao Presidente da Comissão de Licitações pelo e-mail licitacoes@camaracolombo.pr.gov.br.

18.2 - Os interessados poderão obter o Edital na sala da Secretaria da Câmara Municipal de Colombo, no endereço indicado no item 1.1 deste instrumento, mediante solicitação formal, via e-mail da Comissão de Licitações, para agendamento de dia e horário pertinente, devendo privilegiar-se o recebimento do Edital e Anexos pela via eletrônica, no site da Câmara de Colombo, ou



24



**CÂMARA
DE COLOMBO**

diretamente por e-mail, em face das medidas sanitárias decorrentes da pandemia COVID-19.

18.3 - A Contratante, por meio da Comissão Permanente de Licitação, dará conhecimento de sua resposta, por escrito, sobre os esclarecimentos adicionais que venham a ser solicitados, antes da data referida no preâmbulo deste Edital, preferencialmente por correio eletrônico.

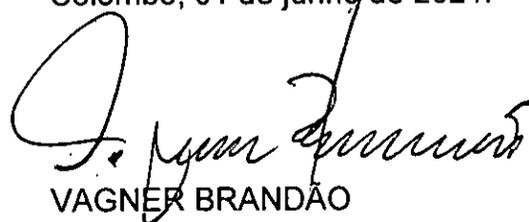
18.4 - Na contagem dos prazos estabelecidos no presente Edital, excluir-se-á o dia de início e incluir-se-á o de vencimento.

18.5 - Na hipótese de divergência entre este Edital e quaisquer condições apresentadas pelos proponentes, prevalecerão sempre, para todos os efeitos, os termos deste Edital, e acima deste, a legislação aplicável.

18.6 - A Contratante reserva-se no direito de revogar, anular ou transferir o presente certame, em caso de interesse público motivado.

18.7 - Das sessões públicas serão lavradas atas, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e proponentes presentes, podendo ser gravadas em áudio e vídeo cada uma das sessões, apresentando, desde logo, os proponentes e credenciados presentes, autorização de gravação de imagem e voz

Colombó, 01 de junho de 2021.



VAGNER BRANDÃO

Presidente



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Integram o Edital os seguintes documentos:

ANEXO I – BRIEFING

ANEXO II - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS

ANEXO IV DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE E RESPONSABILIDADES

ANEXO V - MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA, EMPRESA DE PEQUENO PORTE OU SOCIEDADE COOPERATIVA

ANEXO VI - MODELO DE CÁLCULO PARA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

ANEXO VII - PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

ANEXO VIII - PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA PREÇO

ANEXO IX - DECLARAÇÃO DE QUE NÃO MANTÉM VÍNCULO FUNCIONAL OU CONTRATUAL, DIRETO OU INDIRETO COM QUALQUER DAS EMPRESAS INTERESSADAS EM PARTICIPAR DO PRESENTE CERTAME.

ANEXO X – MINUTA DE CONTRATO

ANEXO XI – TABELA DO SINAPRO-PR

ANEXO I - BRIEFING

BRIEFING

1. Introdução

As informações aqui apresentadas têm por objetivo fornecer o maior número possível de elementos e orientações para que as agências possam fazer a elaboração e o desenvolvimento do Plano de Comunicação que deverá ser apresentado pelas participantes dessa licitação que visa à contratação de Agência de Publicidade/Propaganda para solucionar o problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Colombo.

A execução dos serviços publicitários contratados tem como objetivo dar ampla divulgação dos trabalhos, dos processos legislativos, além de fortalecer a imagem institucional do Legislativo Municipal.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

É desejável que as agências participantes conheçam a caracterização geral e especificidades do município, sua formação histórica e peculiaridades regionais, suas principais atividades econômicas, o quadro social e qualidade de vida da população, visando adequar suas propostas de publicidade e propaganda ao contexto do município de Colombo.

2. Informações Gerais da Câmara Municipal de Colombo

Nos municípios, o Poder Legislativo é exercido pela Câmara Municipal, composta por vereadores eleitos pelo povo. Também denominada Câmara de Vereadores ou Poder Legislativo, é um poder independente, sendo um órgão de representação política, com as competências plenamente definidas nas Constituições Federal e Estadual, na Lei Orgânica do Município e em seu Regimento Interno.

O Poder Legislativo é o mais representativo da comunidade, porque ali está a maioria das correntes de pensamento da população, representando os mais diversos setores da sociedade. Os eleitores delegam aos vereadores, à Câmara Municipal, o poder/dever de cuidar das leis, desde sua elaboração até o seu cumprimento.

Os vereadores são membros da Casa do Povo, eleitos por voto direto e secreto a cada quatro anos. Eles devem estar atentos aos rumos do município e cuidar dos interesses da comunidade.

Os parlamentares também representam o povo e defendem o bem comum. Como agente político, acaba se transformando em um autêntico "guardião da sociedade", uma vez que estão mais próximos da população.

Além das funções definidas constitucionalmente, a Câmara Municipal tem exercido nos últimos anos um papel destacado na intermediação junto ao governo para o atendimento das necessidades em importantes áreas como Educação, Saúde, Segurança e Infraestrutura, entre outros. Igualmente tem sido chamada a mediar eventuais conflitos, quando interesses de determinados setores se contrapõem às decisões governamentais.

3. As atribuições da Câmara Municipal de Colombo

As atribuições das Câmaras estão discriminadas na Lei Orgânica do respectivo município e são desdobradas em cinco funções principais: função legislativa, função administrativa, função fiscalizadora, função julgadora e função de assessoramento.

A função legislativa é a principal, e consiste em elaborar as leis que são da competência do município, discutir e votar os projetos que serão

27



**CÂMARA
DE COLOMBO**

transformados em leis que regem e organizam a vida da comunidade, e outras.

O Parlamento não pode legislar sobre assuntos que são de competência e de responsabilidade da União e dos Estados. Exemplo de algumas dessas competências municipais, sobre as quais as Câmaras Municipais legislam: tributos municipais; concessão de isenções e benefícios fiscais; aplicação das rendas municipais; elaboração das diretrizes orçamentárias, dos orçamentos anuais e dos planos plurianuais dos municípios; ocupação do solo urbano e proteção do patrimônio municipal.

A outra função é a fiscalizadora, que se realiza através da tomada de contas do prefeito, dos pedidos de informações sobre atividades da Administração Municipal, da convocação do prefeito ou de seus auxiliares diretos para prestar informações sobre assuntos administrativos ou de comissões de investigação ou de inquérito.

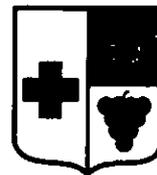
Consiste em fiscalizar as atividades e os atos do Poder Executivo, fiscalizar o uso do dinheiro público, sempre em conformidade com o Tribunal de Contas do Estado e com a Lei de Responsabilidade Fiscal, podendo até decidir pela cassação do prefeito.

A Câmara tem a função julgadora nas hipóteses em que é necessário julgar o prefeito, o vice-prefeito e os próprios vereadores, quando praticam ações político-administrativas previstas em lei, não condizentes com os interesses do Município. Esses julgamentos podem concluir, inclusive, pela perda do mandato. Outro julgamento é o das contas da Administração Pública.

A quarta função é a administrativa. O Poder Legislativo administra a sua organização interna e a regulamentação dos seus serviços. Conta com seu quadro próprio de servidores, que garantem o funcionamento de todos os setores. Tem compras para fazer, contas a pagar, o Regimento Interno para elaborar e definir o funcionamento da Câmara em plenário e nas comissões legislativas, e ainda tem um plano próprio de cargos e salários.

Já a função de assessoramento consiste em sugerir medidas de interesse público ao Poder Executivo mediante indicações, pedidos de informações, moções e requerimentos que não têm peso de uma lei, mas valem como sugestão. Essa função é aplicada as atividades parlamentares de apoio e de discussão das políticas públicas a serem implantadas por programas governamentais via Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual (poder de emendar, participação da sociedade e a realização de audiências públicas). Podemos citar como exemplos: aplicação de recursos, construção e qualificação de escolas; sistema viário; moradia, pavimentação asfáltica; conservação de ruas; limpeza de vias públicas; iluminação pública; melhorias na educação; assistência à saúde; mais segurança, saneamento básico, transporte coletivo, entre outras.

28



**CÂMARA
DE COLOMBO**

O Poder Legislativo também se faz atuante por meio de reuniões públicas, reuniões ordinárias e extraordinárias, sessões solenes, visitas guiadas, além de intermediar encontros junto a entidades e representantes de classe. Por meio dessas ações, os parlamentares propõem políticas públicas que visem à melhoria da qualidade de vida da população e cumprem o papel de fiscalizadores do Poder Executivo.

4. O Papel dos Vereadores

Os vereadores são agentes políticos eleitos em eleição direta para trabalhar no Legislativo Municipal. São representantes da população local, devendo agir pelo interesse da comunidade, zelar pelo bem-estar do povo e pelo bem comum da cidade pela qual foram eleitos.

Uma das características específicas é sua proximidade com o eleitor da sua comunidade. Faz a intermediação do diálogo entre cidadão e poder público. Os vereadores conhecem a realidade, as demandas sociais, os interesses, as preocupações e os anseios, ouvem sugestões, reivindicações, denúncias, reclamações, críticas e pedidos vindos da população, pois está mais próximo dela e assim pode agir de forma mais eficaz.

Consciente de sua influência em decisões que beneficiem a todos, sua atuação deve buscar meios para ajudar e contribuir para o desenvolvimento de seu município, atuar em defesa dos interesses do bem-estar da coletividade e da melhoria da qualidade de vida da população local.

Na condição de agente político e representante do povo devem acompanhar as ações do Poder Executivo, principalmente em relação ao cumprimento das leis, da boa aplicação e gestão do dinheiro público. Os edis também fiscalizam se o prefeito e seus secretários estão colocando essas demandas em prática.

Os políticos fazem suas proposições para serem debatidas em plenário e aprovam esses pedidos na Câmara Municipal. Também discutem e votam proposições de iniciativa do Poder Legislativo ou do Executivo.

Conhecendo os problemas locais, eles podem indicar soluções ao prefeito, aos órgãos competentes ou apresentar projetos de lei que ajudem a desenvolver a cidade. Buscam pelos instrumentos competentes, a solução para os problemas e carências da comunidade em geral.

Além de participar das reuniões na Câmara, também auxiliam a Administração Pública na proposição de projetos, indicações e/ou requerimentos que estejam de acordo com os interesses da população.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Os parlamentares podem também solicitar a realização de visitas técnicas acompanhadas por representantes da comunidade e do poder público para conhecer os problemas de perto. Promovem audiências públicas abertas à participação popular que reúnem as partes envolvidas para debater as questões e encaminhar ações para resolvê-las.

São competências dos vereadores participarem de todas as discussões e votar nas deliberações do Plenário; votar na eleição da Mesa Diretiva; concorrer aos cargos da Mesa Diretiva; apresentar proposições; participar das Comissões e usar da palavra em defesa das proposições apresentadas ou em oposição as que julgarem prejudiciais ao interesse público.

Como representante do povo, o vereador tem deveres, direitos e limitações próprios da função. Eles não têm nenhum poder de execução administrativa. Eles não executam obras e serviços públicos, não tem o poder de construir escolas, asfaltar ruas ou contratar médicos, por exemplo. Os parlamentares não podem fazer promessas à população, já que não tem poderes para cumprir e/ou realizar obras, resolver problemas.

É uma prática comum a população ir até o vereador para fazer alguma reivindicação pessoal ou assistencial. As pessoas confundem o vereador com o prefeito. Para a população, quem pode e deve resolver os problemas, seja de qualquer natureza, particular ou da vida pública da cidade, é o vereador. Tanto o prefeito como o vereador só podem fazer aquilo que a lei determina, manda ou autoriza.

A falta de informação por parte do eleitor, ou desinformação de quais seriam, por lei, as atividades de um vereador para com a sociedade se deve em parte tanto pelo próprio parlamentar que, na época de campanha promete, e, se quando eleito não cumprir o eleitor vai reivindicar e, se eleito for, também cobra, pois está cobrando o valor do seu voto.

Muitas críticas são feitas, mas os cidadãos não conhecem na verdade o papel real do vereador na sociedade e na política. Essas críticas acabam por denegrir a imagem da Câmara Municipal como um todo. Faz-se necessário enfatizar e valorizar o papel e a imagem institucional da Câmara Municipal e dos vereadores no município.

O vereador tem o papel de auxiliar a participação política e o exercício pleno da cidadania, organizando e fortalecendo atividades comunitárias que estimulem a participação popular.

Também é tarefa dos vereadores estimular constantemente todos os membros da sociedade a compreender as atividades parlamentares e a dinâmica que abrange o complexo andamento do processo legislativo, indo ao encontro, portanto, da necessidade de trabalho de conscientização da população.

30

5. Composição da Câmara Municipal de Colombo

A atual Legislatura (2021-2024) é composta por 17 vereadores eleitos democraticamente para um mandato de quatro anos.

NOME	PARTIDO
Anderson Ferreira da Silva	PT
Carlos Izidoro de Souza	PP
Dolíria Londregue Strapasson	PSD
Evandro Luiz França	REPUBLICANOS
Joel Bueno da Rocha	REDE
José Aparecido Gotardo	PSD
José Osmair Possebam	REDE
Marcos Antonio da Silva	PL
Nivaldo Paris	PDT
Odorico Giovani Strapasson	PTB
Paulo Cezar Heua	PSL
Renato Tocumantel	DEM
Rodrigo Marcel Coradin	PTC

Assinatura



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Roger Rodrigues Germiniano	REPUBLICANOS
Sidinei Campos de Oliveira	DEM
Vagner Brandão	PP
Vitalino Camilo de Leris	PTC

Conforme previsto no Regimento Interno, os trabalhos do Legislativo colombenses são conduzidos por uma Mesa Diretora eleita a cada dois anos e é composta pelos seguintes membros:

NOME	FUNÇÃO
Vagner da Viação	Presidente
Dolíria Londregue Strapasson	Vice-Presidente
José Osmair Possebam	1º Secretário
Evandro Luiz França	2º Secretário
Vitalino Camilo de Leris	3º Secretário

O Legislativo colombense conta também com sete Comissões Permanentes que atuam em diversas áreas com a finalidade de propor e discutir assuntos de relevância visando o desenvolvimento do município.

Estes colegiados, de caráter técnico-legislativo, analisam as proposições em seus aspectos jurídicos e de mérito, antes da matéria ser encaminhada para votação em plenário.

6. Objetivos Institucionais



**CÂMARA
DE COLOMBO**

- Promover o fortalecimento da democracia e dos poderes que a garantem através da interação com o cidadão;
- Estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais;
- Contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal;
- Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos;
- Fortalecer a imagem institucional da Câmara Municipal de Colombo;
- Contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades do Legislativo Municipal.

7. Divulgações das Atividades Parlamentares

O objeto do presente certame envolve a prestação de serviços publicitários em caráter informativo, educativo e de orientação social, mediante veiculação em **blogs e jornais online locais**, em conformidade com o disposto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedado o custeio de publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de servidores públicos ou agentes políticos.

As seguintes atividades precisam ser divulgadas:

a. Sessões Ordinárias

Público Alvo: Comunidade de todo o município de Colombo;

Meios a serem utilizados: blogs e jornais online (abrangência local);

Objetivo: levar ao conhecimento da comunidade, o trabalho realizado pelos integrantes do Poder Legislativo. Matérias aprovadas e manifestações feitas pelos parlamentares sobre questões de interesse público.

b. Sessões Extraordinárias

Público Alvo: Comunidade de todo o município de Colombo;

Meios a serem utilizados: blogs e jornais online (abrangência local);

Objetivo: Levar ao conhecimento da comunidade o trabalho desenvolvido nas sessões e justificando o seu caráter extraordinário.

c. Sessões Solenes



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Público Alvo: Convidados especiais e a comunidade em geral;

Meios a serem utilizados: blogs e jornais online (abrangência local);

Objetivo: Divulgar o evento para informação da comunidade, a respeito dos fatos que determinaram a sua realização. Homenagear, parabenizar, entregar honrarias ou agradecer a comunidade em geral ou homenageados.

d. Audiências Públicas

Público Alvo: Autoridades de diferentes escalões, representantes da comunidade e a população em geral;

Meios a serem utilizados: blogs e jornais online (abrangência local);

Objetivo: Aprofundar o debate sobre questões de relevante interesse comunitário e que requerem a participação de representantes de diferentes setores da sociedade organizada.

e. Visite a Câmara

Público Alvo: alunos de escolas públicas, particulares, associações, entidades e outras instituições presentes no município de Colombo;

Meios a serem utilizados: blogs e jornais online (abrangência local);

Objetivo: Promover a interação participativa, explicar as funções e o funcionamento do Legislativo Municipal, além de realizar a aproximação dos diversos setores da sociedade junto ao Parlamento.

8. Situação Problema de Comunicação

Dar maior publicidade e divulgação à sociedade colombense sobre o papel da Câmara Municipal, as funções desempenhadas pelos vereadores e os processos legislativos em trâmite na Instituição. Melhorar a imagem institucional, além de conscientizar e fomentar a população em geral, para participar das sessões ordinárias, extraordinárias, solenes e audiências públicas, apresentar sugestões e reivindicações, ter voz e vez na política legislativa do município.

9. Objetivos da Comunicação

Para o Legislativo, a Comunicação Social é um importante instrumento de ação governamental, pois, através dela, o Legislativo e o Cidadão podem juntos exercer democraticamente seus direitos e deveres, em prol do bem-estar da população e da responsabilidade na gestão pública.

A Comunicação vem para criar, mostrar, divulgar, e, porque não dizer, conscientizar a população sobre o que existe, o que está por vir e o que pode



**CÂMARA
DE COLOMBO**

ser melhorado, sempre com foco na via de mão dupla, onde a comunidade também possa interagir com a o poder público, sugerindo, criticando, ou seja, participando ativamente.

Ela deve estar focada em sua função real: informar, dar publicidade e, sobretudo, desenvolver uma estratégia política eficiente, através dos veículos e ferramentas que lhe são disponíveis e acessíveis.

Politicamente, hoje a atual gestão da Câmara Municipal de Colombo procura aproximar-se do cidadão, através de uma comunicação que contenha os seguintes valores: compartilhamento de informação, respeito ao cidadão, transparência das ações do Poder Legislativo, as transformações que já estão em curso, apresentar informações claras, objetivas e eficientes de modo a produzir conhecimento e esclarecimento, direcionados a toda a população atendida pelas leis elaboradas e aprovadas pelo Poder Legislativo.

A Câmara Municipal pretende que a comunicação repercuta e consolide as marcas que a atual gestão vem implementando: a da participação da cidadania, através de mobilização dos vários segmentos da sociedade, e a da transparência nas ações contribuindo para aumentar o respeito do cidadão ao Poder Legislativo local, consolidando a sua credibilidade junto à comunidade.

Dessa forma, os serviços publicitários devem se nortear pelos conceitos de inovação, dinamismo e transparência, destacando sempre as atividades parlamentares de uma forma leve, objetiva e moderna.

A Publicidade deve ter caráter educativo, informativo, de orientação social, de promoção e de valorização do Legislativo, de forma a atender à política da Comunicação Social da Câmara Municipal, que tem como princípios básicos a informação e a transparência dos procedimentos e a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos, com a avaliação sistemática dos resultados.

10. Situação Atual

A população colombense possui pouco ou nenhum interesse em participar ativamente das atividades e dos processos legislativos que tramitam na Casa de Leis e/ou desconhece as funções desempenhadas pela Câmara Municipal, e conseqüente dos vereadores.

Nota-se a necessidade de priorizar e difundir as informações junto à população local, buscar a valorização do trabalho do Parlamento como instituição, auxiliar na formação cidadã da comunidade para que o atual cenário seja modificado.

11. Novos desafios para o Plano de Comunicação

35



**CÂMARA
DE COLOMBO**

A Comunicação Social é essencial ao processo democrático, cumprindo o seu relevante papel de dar maior transparência aos atos do governo e de integração da cidadania.

Estamos buscando uma comunicação que faça a interação com todos os públicos da cidade, respeitando suas particularidades e visando sempre a transparência, a participação e a prestação de serviço. Por isso, esse plano deve ser simples, objetivo e coloquial, como manda uma boa comunicação direta, e ao mesmo tempo, criativa e inovadora.

Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias e mídias sociais, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias devem ser apresentadas pelas agências proponentes.

12. Objetivo da Comunicação

Toda administração tem a obrigação de tornar transparentes todos os seus atos, sua conduta e todas as suas pretensões visando sempre a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. Dessa forma, a Comunicação Institucional busca a melhoria contínua.

Nesse sentido, a área de Comunicação visa divulgar a atuação da Câmara Municipal de Colombo, suas funções, seus projetos, fomentar a participação popular no processo legislativo, a importância que exerce na vida da população colombense, tendo como um de seus objetivos sedimentar, manter e fortalecer a imagem institucional.

É preciso promover e ampliar a capacidade de informar a sociedade colombense sobre as reais atribuições dos vereadores do município e dos processos legislativos. Além de apoiar e fortalecer a imagem institucional da Câmara, com ênfase sobre o exercício da cidadania pelos cidadãos, incentivando e estimulando a participação da comunidade nas ações realizadas pelo Poder Legislativo local.

Valorizar a cidadania, fomentar a cultura, trazer a comunidade para as discussões de melhorias para a cidade e estreitar a relação Câmara/Comunidade estão entre um dos principais objetivos da política de comunicação da Câmara Municipal de Colombo.

Diante o exposto, se faz necessária a divulgação das ações desenvolvidas pela Câmara Municipal com o propósito de informar o cidadão sobre o trabalho desenvolvido pela Casa e, conseqüentemente, pelos vereadores.

A informação dos atos públicos de forma clara e objetiva é de total relevância para que a comunidade tenha consciência sobre o papel do vereador,

36



**CÂMARA
DE COLOMBO**

a importância da Câmara para o progresso municipal e, acima de tudo, para que a população exerça de fato sua cidadania.

13. Ações que podem ser realizadas

Ações de conscientização política, de cidadania, de estímulo à participação popular são desejadas pela Câmara Municipal de Colombo.

14. Público Alvo

População de Colombo, de todas as classes sociais, para que possam acompanhar e participar efetivamente dos trabalhos dos vereadores e das atividades realizadas/promovidas pela Câmara Municipal. Os diversos públicos a serem atingidos demandam pelo desdobramento do Plano de Comunicação para que se alcancem os objetivos pretendidos.

15. Resultados

Aproximar cada vez mais os cidadãos colombenses do Poder Legislativo a fim de possibilitar uma ampla participação da população nas atividades desenvolvidas pela Casa de Leis, divulgar os processos legislativos, reforçar a importância do papel da Câmara Municipal para o desenvolvimento do município e de sua imagem institucional são os principais objetivos a serem alcançados pelo trabalho realizado pela área de Comunicação.

16. Recursos Próprios da Comunicação

A Câmara Municipal de Colombo dispõe de endereço eletrônico na internet para hospedagem de conteúdos (www.camaracolombo.pr.gov.br), espaços para comunicação interna e as instalações físicas da própria Casa Legislativa também podem ser utilizadas. Através desses instrumentos é que são realizadas as divulgações dos trabalhos desenvolvidos pela Casa atualmente.

17. Verba

Cada licitante utilizará como referencial máximo o montante de R\$200.000,00 (duzentos mil reais).

18. Observações Relevantes

- A Comunicação Publicitária deve se preocupar em observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Legislativo Municipal;
- Aplicar os recursos com eficiência e racionalidade;
- As ações devem ser informativas, educativas e estimular a participação popular e a democratização da gestão pública;

37



**CÂMARA
DE COLOMBO**

- A campanha deve ter um conceito claro e apresentar uma justificativa que atenda aos objetivos visados e mencionados no *briefing*;
- As marcas, símbolos e logotipos somente serão disponibilizados mediante pedido de solicitação no seguinte e-mail: licitação@camaracolombo.pr.gov.br;
- Outras informações sobre a Câmara Municipal de Colombo poderão ser obtidas pelo site www.camaracolombo.pr.gov.br.

ANEXO II - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

À Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Colombo

Pela presente, credenciamos o(a) Sr.(a), portador(a) da Cédula de Identidade RG sob nº. e inscrito(a) no CPF/MF sob nº. a participar do procedimento de licitação, sob a modalidade TOMADA DE PREÇO nº. XX/2021, instaurado pela Câmara Municipal de Colombo, Estado do Paraná.

Na qualidade de representante legal da Proponente, outorga-se ao acima credenciado, dentre outros poderes, o de oferecer recurso oral em sessão, ou renunciar ao direito de interposição deste. *[outros poderes, caso haja interesse, deverão estar expressos na presente carta]*

....., em ... de de 2021.

(Assinatura do Representante Legal e carimbo da Empresa proponente)

38



**CÂMARA
DE COLOMBO**

ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS

À
Comissão de Licitações
Referente a Tomada de Preços nº XX/2021 – Câmara Municipal de Colombo

1 - Preços sujeitos a valoração:

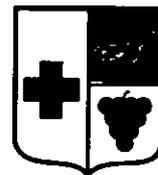
1.1 - Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido à Câmara Municipal de Colombo, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, referentes a peça e ou material cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados da Câmara Municipal de Colombo, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);
c) honorários, a serem cobrados da Câmara Municipal de Colombo, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:%(.....por cento)

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
II. à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados da Câmara Municipal de Colombo, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de



**CÂMARA
DE COLOMBO**

divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965
(.....por cento)

1.2 - Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 - O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação.

2 - Outras declarações:

2.1 - Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo IX).

2.2 - Estamos cientes de que a Câmara Municipal de Colombo procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 - Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo à Câmara Municipal de Colombo todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 - Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da Câmara Municipal de Colombo.

2.5 - A propriedade literária e os direitos autorais correspondentes às campanhas a serem realizadas serão cedidos à Câmara Municipal de Colombo, para deles utilizar-se da forma que lhe aprover, em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer ônus ou remuneração adicional.

2.6 - Firmamos o compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço e transferir toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;

2.7 - Todos os honorários sobre serviços especiais serão apurados com base no valor de mercado;

2.8 - Aceitamos todas as condições deste Edital sem restrições de qualquer natureza e se vencedora da licitação, executaremos os serviços de acordo com as normas e especificações vigentes no Poder Legislativo Municipal



**CÂMARA
DE COLOMBO**

2.9 – Nos comprometemos em elaborar o material solicitado pela Câmara Municipal de Colombo no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da solicitação da Contratante.

2.10 - Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da Tomada de preços em referência e terá validade de 60 dias.

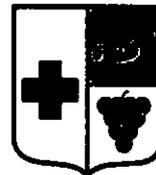
local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

ANEXO IV – DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE E RESPONSABILIDADES

Declaramos para os devidos fins, e sob as penas da lei, que, na qualidade de Proponente no procedimento de licitação na modalidade Tomada de Preços, sob nº XX/2021, instaurado pela Câmara Municipal de Colombo:

- 1) É de nossa responsabilidade a autenticidade de todos os documentos apresentados, sujeitando-nos a eventuais averiguações que se façam necessárias.
- 2) O cadastro que mantemos junto à Prefeitura de Colombo encontra-se atualizado, inexistindo fato posterior, desde a última atualização, capaz de impedir a habilitação desta empresa.
- 3) Comprometemo-nos a manter, durante a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.
- 4) Eventuais reduções de preços decorrentes de mudanças de alíquotas de tributos incidentes sobre os objetos fornecidos, em função de alterações de legislação pertinente, publicadas durante a vigência do Contrato, ou outras razões diversas, serão repassadas ao preço proposto para a presente licitação, em aditivo a ser firmado entre as partes.
- 5) Garantimos a qualidade, idoneidade e origem lícita dos serviços objeto do presente certame.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

- 6) Temos conhecimento e submetemo-nos ao disposto nesta TOMADA DE PREÇOS, seu Edital e Anexos e executaremos os serviços de acordo com as normas e especificações vigentes neste Poder Legislativo Municipal
- 7) Não fomos declarados inidôneos para licitar ou contratar com o Poder Público, em qualquer de suas esferas.
- 8) Para os fins do disposto no inciso V, do art. 27, da Lei nº 8666, de 21 de junho de 1993, declaramos que não empregamos menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno perigoso ou insalubre, nem tampouco menor de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente.

Local e data.

(Identificação e assinatura do Representante Legal da Empresa proponente, com reconhecimento de firma)

ANEXO V - MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA, EMPRESA DE PEQUENO PORTE OU SOCIEDADE COOPERATIVA

DECLARAÇÃO

(nome/razão social) _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a) _____, portador (a) da Cédula de Identidade nº _____ e CPF nº _____, DECLARA, sob as sanções administrativas cabíveis e sob as penas da lei, ser

42



**CÂMARA
DE COLOMBO**

() microempresa ou empresa de pequeno porte nos termos do artigo 3º da Lei Complementar nº 123/2006,

() sociedade cooperativa enquadrada no art. 34 da Lei nº 11.488, de 15 de junho de 2007,

E que não possui nenhum dos impedimentos previstos no § 4º do artigo 3º da Lei 123/2006. Diante disto, requer os benefícios da Lei Complementar nº 123/2006 para participar do certame.

Colombo, _____ de _____ de 20____.

Assinatura do representante legal da proponente

NOME:

RG:

CARGO:

**ANEXO VI
MODELO DE CÁLCULO PARA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA
TOMADA DE PREÇO Nº ____/2021 – CÂMARA MUNICIPAL DE COLOMBO**

PROPONENTE:

CNPJ:

ENDEREÇO:

INSCRIÇÃO ESTADUAL: **FONE/FAX:**

A situação financeira das licitantes será aferida por meio dos índices de "liquidez corrente" (LC) e "liquidez geral" (LG). Assim, a empresa deverá calcular os referidos

índices utilizando as fórmulas constantes do quadro abaixo. Os índices calculados deverão acompanhar, obrigatoriamente, as demonstrações contábeis, sendo consideradas habilitadas as empresas que apresentarem os seguintes resultados:

- liquidez corrente: índice maior ou igual a 1,00



**CÂMARA
DE COLOMBO**

- liquidez geral: índice maior ou igual

MODELO DE CÁLCULO DE ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA
LC= $\frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$
LG= $\frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$

_____, _____ de _____ de 2021.

(Carimbo da empresa, nome e assinatura do representante legal)
OBS: A análise econômico financeira deverá ser calculada pela licitante e ser emitida em papel timbrado da empresa, juntamente com a assinatura de seu representante Documento deverá constar no envelope de Documentações.

ANEXO VII - PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

TOMADA DE PREÇO Nº ____/2021 – CÂMARA MUNICIPAL DE COLOMBO
1 - Plano de Comunicação Publicitária – Nota Máxima = 60 pontos

AVALIADOR:

LICITANTE:

(Nesse caso de análise das vias não identificadas, colocar Agência 1, Agência 2, etc.)

Nome da Campanha:

Descrição	Faixa de Pontuação	Pontuação
<p>Raciocínio Básico - acuidade de compreensão:</p> <p>I - Das características da Câmara Municipal de Colombo e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;</p> <p>II - Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Colombo com seus públicos;</p>	<p>de 0 a 10 pontos</p>	

[Handwritten signature]
44



**CÂMARA
DE COLOMBO**

<p>III - Do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Colombo.</p>		
<p>Estratégia de Comunicação Publicitária:</p> <p>I - A adequação do tema e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Câmara Municipal de Colombo e a seu problema específico de comunicação;</p> <p>II - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema e do conceito propostos;</p> <p>III - A riqueza de desdobramentos possíveis do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Colombo com seus públicos;</p> <p>IV - A adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Colombo;</p> <p>V - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de</p>	<p>de 0 a 20 pontos</p>	



**CÂMARA
DE COLOMBO**

<p>comunicação publicitária/proposta;</p> <p>VI - A capacidade de identificar as opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;</p> <p>VII - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Colombo e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da Câmara Municipal de Colombo e a verba disponível.</p>		
<p>Ideia Criativa</p> <p>I - Sua adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Colombo;</p> <p>II - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;</p> <p>III - A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;</p> <p>IV - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;</p> <p>V - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;</p>	<p>de 0 a 20 pontos</p>	

[Handwritten signature]
46



**CÂMARA
DE COLOMBO**

<p>VI - Sua pertinência as atividades da Câmara Municipal de Colombo e a sua inserção na sociedade;</p> <p>VII - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;</p> <p>VIII - A exequibilidade das peças;</p> <p>IX - A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.</p>		
<p>Estratégia de Mídia e não Mídia:</p> <p>I - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;</p> <p>II - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;</p> <p>III - A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores;</p> <p>IV - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Colombo;</p>	<p>de 0 a 10 pontos</p>	

Signature
47



**CÂMARA
DE COLOMBO**

V - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças; VI - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		
TOTAL DO ITEM DE PLANO COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	de 0 a 60 pontos	

2-Capacidade de Atendimento – Nota Máxima = 20 pontos
AVALIADOR:
LICITANTE:

Descrição	Faixa de Pontuação	Pontuação
Capacidade de Atendimento: I - O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias; II - A adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Colombo, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	De 0 a 20 pontos	

48



**CÂMARA
DE COLOMBO**

III - A estrutura operacional disponível durante a execução do contrato e a qualidade dos profissionais;		
IV - A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Colombo e a licitante, esquematizado na Proposta.		
TOTAL DO ITEM CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	de 0 a 20 pontos	

3 - Repertório - Nota Máxima = 10 pontos
2-AVALIADOR:
LICITANTE:

Descrição	Faixa de Pontuação	Pontuação
Repertório: a) A ideia criativa e sua pertinência; b) A clareza da exposição; c) A qualidade da execução e do acabamento.	De 0 a 10 pontos	
TOTAL DO ITEM CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	de 0 a 10 pontos	



**CÂMARA
DE COLOMBO**

4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Nota Máxima = 10 pontos

2-AVALIADOR:

LICITANTE:

Descrição	Faixa de Pontuação	Pontuação
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: I - A concatenação lógica da exposição; II - A evidência de planejamento publicitário; III - A consistência das relações de causa e efeito entre problemas e solução; IV - A relevância dos resultados apresentados.	De 0 a 10 pontos	
TOTAL DO ITEM DE CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	de 0 a 10 pontos	

ANEXO VIII- PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA PREÇO TOMADA DE PREÇO Nº ___/2021 – CÂMARA MUNICIPAL DE COLOMBO LICITANTE:

1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do

SINAPRO/PR:



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Descrição	Pontuação sugerida	Desconto/Pontuação proposta pela licitante
Desconto de 20%	02 pontos	
Desconto de 30%	04 pontos	
Desconto de 40%	06 pontos	
Desconto de 50%	10 pontos	
Desconto de 60% ou mais	20 pontos	

2. Perceptual de desconto sobre honorários referentes a produção de peças e materiais, realizados por terceiros (sobre honorários de 15%):

Descrição	Pontuação sugerida	Desconto/Pontuação proposta pela licitante
Desconto de 0 % (honorário equivalente a 15%)	02 pontos	
Desconto de 10% (honorário equivalente a 13,5%)	04 pontos	
Desconto de 20% (honorário equivalente a 12%)	08 pontos	
Desconto de 33,3% (honorário equivalente a 10%)	10 pontos	

Janina



**CÂMARA
DE COLOMBO**

TOTAL DE PONTOS DA LICITANTE (Item 1 + Item 2):

ANEXO IX

Declaração de que não mantém vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com qualquer das empresas interessadas em participar do presente certame.

(nome) _____, portador (a) da Cédula de Identidade nº _____ e CPF nº _____ declaro, para os fins a que se destina, e para atendimento do que dispõe o artigo 37 da Constituição Federal (princípios da impessoalidade e moralidade), sob minha responsabilidade pessoal, e ciente das implicações legais nas esferas administrativas, penal e civil, que **NÃO MANTENHO** vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com qualquer das empresas interessadas em participar na licitação que será promovida pela Câmara Municipal de Colombo/PR.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

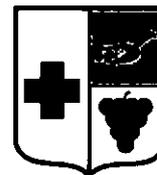
Colombo, _____ de _____ 20__.

Anexo X

**MINUTA DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS
ENTRE A CÂMARA MUNICIPAL DE COLOMBO e A (razão social da licitante
vencedora).**

Tomada de Preços nº XX/2021

53



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Contrato nº...../2021

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE COLOMBO, com sede na _____, n.º _____, em _____, estado de _____, inscrita no CNPJ (MF) sob o n.º _____, neste ato representado por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF (MF) sob o n.º _____, doravante designada **CONTRATANTE**.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º _____, na cidade de _____, estado de _____, inscrita no CNPJ (MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF (MF) sob o n.º _____, doravante designada **CONTRATADA**.

RESOLVEM celebrar o presente Contrato, para prestação de serviços publicitários, a serem realizados na forma de execução indireta, mediante as cláusulas e condições seguintes:

1. LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 4.680/65, da Lei nº 8.666/93, com modificações posteriores e da Lei n.º 12.232/10.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram, o Edital de Tomada de Preços nº 02/2021 e seus Anexos, assim como o processo administrativo 414/2021 bem como as Propostas apresentadas pela **CONTRATADA**.

2. OBJETO

2.1. A presente Tomada de Preços tem por objeto a contratação de Agência de Propaganda para prestação dos serviços publicitários previstos no item 2.2.

54



**CÂMARA
DE COLOMBO**

2.2. A prestação de serviços publicitários ora contratados compreende:

I - Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;

II - Planejamento e 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas; As pesquisas e avaliações previstas neste inciso terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

III - A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

IV - A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 2.2, alíneas "a", "b" e "c";

b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

3. VIGÊNCIA

3.1. O presente Contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por até quatro períodos iguais e sucessivos no limite máximo de 60 meses, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

55



**CÂMARA
DE COLOMBO**

4. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ _____ (_____), sendo tal valor definido de acordo com a demanda, sem direitos ao Contratado pelo valor não utilizado;

4.2. As despesas referidas no **item 4.1** correrão à conta da Dotação Orçamentária nº 3.3.90.39.99.99 – demais serviços de terceiros – pessoa jurídica.

4.3. Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação do Contrato, consignará nos próximos exercícios, em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.

4.4. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, observadas as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

5.1.3. A seu critério, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços de criação e de produção, bem como de outros complementares


56



**CÂMARA
DE COLOMBO**

ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.

5.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

5.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e transferir à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.

5.1.5.1. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.2. Serão transferidas à **CONTRATANTE**, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

5.1.6. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

5.1.6.1. Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.

5.1.6.2. As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0.5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

5.1.6.3. Caso o fornecimento seja igual ou inferior a R\$ 16.000,00 (dezesets mil reais), a **CONTRATADA** está dispensada do procedimento previsto no subitem

5.1.6.2 deste Contrato.

5.1.6.4. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

5.1.7. Obter a aprovação prévia e expressa da **CONTRATANTE**, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.1.8.1. A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

5.1.9. As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgadas em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

5.1.9.1. A **CONTRATANTE** inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

5.1.10. Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 15 (quinze) do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

5.1.11. Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

5.1.12. Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.13. Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

5.1.14. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.15. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.16. Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais, quando não solicitado, a **CONTRATANTE** deverá apresentar tal documentação trimestralmente.

5.1.17. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

5.1.17.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a


59



**CÂMARA
DE COLOMBO**

CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas ou reclamações ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.18. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

5.1.19. Sujeitar-se a mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

5.1.20. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

6.1.2. Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

6.1.3. Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

60

6.1.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5. Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

6.1.6. Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

6.1.7. Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

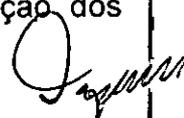
7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1. A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

7.2. A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.





**CÂMARA
DE COLOMBO**

7.3. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e a expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

7.4. A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.5. A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.6. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

7.7. A **CONTRATANTE** realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

7.7.1. A avaliação semestral será considerada pela **CONTRATANTE** para aquilatar a necessidade de solicitar à **CONTRATADA** que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

8. REMUNERAÇÃO



**CÂMARA
DE COLOMBO**

8.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

8.1.1. Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários.

8.1.1.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.1.2. Honorários de % (..... por cento), quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

8.1.3.(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, utilizando a tabela xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.

8.1.4. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

8.2. Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

8.3. A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

63



**CÂMARA
DE COLOMBO**

9. DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

9.2. Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria da **CONTRATADA**, nos termos do disposto no art. 18 da Lei n.º 12.232/10.

10. DIREITOS AUTORAIS

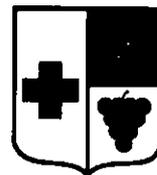
10.1. A **CONTRATADA** cede à **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste Contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 deste Contrato.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a **CONTRATADA** solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

10.2.1. A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE** em cada caso.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por



**CÂMARA
DE COLOMBO**

cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

10.4.1. Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.

10.4.2. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste Contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1. O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veiculadas em nome da **CONTRATANTE**, a/c da **CONTRATADA**.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

11.2. O pagamento será efetuado mediante transferência bancária, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual ocorrerá até o 7º (sétimo) dia útil, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:

11.2.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;

11.2.2. Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

11.2.3. Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.

11.3. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao seguinte endereço: Rua Francisco Busato, 8005, Centro, Colombo-PR, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº/2021 e a manifestação de aceitação do gestor contratual:

11.4. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.4.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.



**CÂMARA
DE COLOMBO**

11.5. A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado previamente e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.6. Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.

11.6.1. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.6.2. A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

12. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:

I. Advertência;

II. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);

III. Multa de 5% (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

IV. Suspensão temporária de licitar e contratar com a Prefeitura Municipal de Colombo, incluídos os poderes executivo e legislativo, pelo prazo de até 2 (anos) anos;



**CÂMARA
DE COLOMBO**

V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração 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 a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

12.2. A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

12.3. Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.

12.4. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.

12.5. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

12.6. A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.

13. RESCISÃO

13.1. O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

13.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente Contrato.

68



**CÂMARA
DE COLOMBO**

13.3. Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá à **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente Contrato.

13.4. A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

13.5. A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

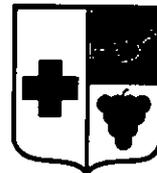
14. DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1. A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Autorregulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor. incluir Lei de Acesso a Informação (nº. 12.527), Lei Geral de Proteção de Dados (13.709), e art. 37, §1º, da CF; e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

14.2. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município de _____, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

14.3. O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela **CONTRATANTE**, após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de sessenta dias.

14.4. Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a **CONTRATADA**



**CÂMARA
DE COLOMBO**

aceita e a eles se submete, inclusive a **CONTRATANTE** submete a possíveis alterações contratuais constantes no artigo 65 da respectiva lei.

14.5. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15. CASOS OMISSOS

15.1. Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos arts. 54 e 55, inciso XII, da Lei n.º 8.666, de 1993, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.

16. FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça de Colombo, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja. Sempre privilegiada a resolução das pendências pela via da mediação ou da conciliação.

E, por estarem assim justos e contratados firmam as partes o presente contrato em três vias de igual teor e forma, com as testemunhas abaixo nomeadas, para que surta seus efeitos jurídicos e legais.

Colombo-PR, ... de de 2021.

CONTRATANTE

Presidente



**CÂMARA
DE COLOMBO**

CONTRATADA

Responsável legal

Testemunhas (nome/CPF):

1ª _____

2ª _____

ANEXO XI – TABELA DO SINAPRO-PR

a viabilidade da implementação do pregão na câmara municipal de colombo com observância ao projeto de lei 4.253/2020.



VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS
(expressos em reais)

Critérios Gerais

Os critérios gerais seguem as normas editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, bem como a legislação que rege a propaganda, particularmente a Lei nº 4.680 de 18/06/1965, e os Decretos nº 57.690 de 18/02/1966 e nº 2.262 de 26/06/1997.

Custos Internos

Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados nesta tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos e devem obedecer o Item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

Custos Externos

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros para execução dos trabalhos dos clientes e que são executados sob supervisão da Agência de Propaganda/Publicidade. Os honorários da Agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os valores dos serviços de fornecedores/terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP. Os honorários não incidem sobre valores internos, impostos (exemplo IPI), encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc. O reembolso de despesas, fará parte integrante da receita tributável da Agência, não podendo, pois, serem deduzidos do preço do serviço. Assim sendo, tal reembolso sofre uma taxa de alíquota do ISS-Imposto sobre Serviços. Esse tributo deve ser cobrado do cliente nesses casos.

Projetos Especiais

A cobrança de projetos, criação e redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nesta tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos, é de livre negociação entre a Agência e o Cliente.

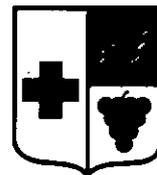
Das relações entre Agências de Publicidade, Anunciantes e Veículos de Comunicação

Artigo 2.3.1: É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária. O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo este ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos e em qual proporção. Quando o contrato for omissivo a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao desconto-padrão da Agência.

Desconto-padrão da Agência: 20%

Fonte: CENP - Manual das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: Janeiro a junho 2021



**CÂMARA
DE COLOMBO**



A) ANÚNCIO PARA JORNAL	Texto	Layout	Arte-final	Total
Até 1/8 página	847,00	847,00	735,00	2.429,00
Até 1/4 página	1.153,00	1.153,00	896,00	3.202,00
Até 1/2 página	1.542,00	1.542,00	1.397,00	4.481,00
Até 1 página	1.868,00	1.868,00	1.630,00	5.366,00
Página dupla	2.385,00	2.385,00	2.054,00	6.824,00
Encarte simples 23,5 cm x 33 cm	1.542,00	1.542,00	1.397,00	4.481,00
Encarte duplo 55 cm x 33 cm	2.232,00	2.232,00	2.232,00	6.696,00
Tablóides de ofertas - por página	1.268,00	1.268,00	1.086,00	3.622,00

Observação: a) Balanço: + 50% sobre o valor da montagem.

b) Página-base: 6 col. x 54 cm, adotada pelos principais jornais do país.

B) ANÚNCIO PARA REVISTA	Texto	Layout	Arte-final	Total
1/4 página	1.630,00	1.630,00	1.290,00	4.550,00
Até 1/2 página	1.861,00	1.861,00	1.542,00	5.464,00
Até 1 página	2.232,00	2.232,00	1.961,00	6.425,00
Página dupla	3.332,00	3.332,00	2.849,00	9.513,00
Encarte simples 21 cm x 30 cm	2.232,00	2.232,00	1.961,00	6.425,00
Encarte duplo 42 cm x 30 cm	3.177,00	3.177,00	3.177,00	9.531,00

C) MÍDIA EXTERIOR/INDOOR	Texto	Layout	Arte-final	Total
Beck light/front light/top site	3.085,00	3.085,00	3.085,00	9.255,00
Busdoor/outbus/beckbus	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Cartaz de 32 folhas e outros	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Display Indoor	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Faixa de rua/placa de identificação de rua	1.038,00	1.038,00	1.038,00	3.114,00
Mobiliário urbano - por peça	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Painel rodoviário	3.085,00	3.085,00	3.085,00	9.255,00

Adaptação de anúncios para jornal, revista e OOH (out-of-home):

Cobrar 50% dos valores somados de layout e texto. Cobrar adicionalmente o valor de uma nova arte-final.

Ampliação ou redução proporcional ao formato original de criação, desde que não exija alteração de texto e nova diagramação: cobrar apenas o valor de uma arte-final.

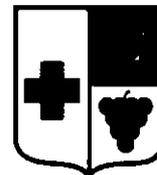
D) PRODUÇÃO E ELETRÔNICA

D.1)	
Arte/RTVC - por peça	605,00
Audiovisual (documentário) até 5'	24.376,00
Audiovisual (documentário) até 10'	34.139,00
Audiovisual (documentário) até 15'	43.876,00
Audiovisual (documentário) acima de 15'	Sob avaliação
Filme/víheta/VT/merchandising (qualquer duração)	8.327,00

Observação: Não estão incluídos os custos do produtor, edição, áudio, trilha, iluminação, efeitos especiais, direção, sonorização, fotografia, cópias, cachês, programação visual, ilustração especial, logotípa e despesas operacionais.

Valores Referenciais de Serviços Internos

Vigência: janeiro a junho 2021



**CÂMARA
DE COLOMBO**

D.2)	
Espera telefônica (texto)	5.371,00
Jingle até 60"	5.371,00
Jingle acima de 60"	Sob avaliação
Spot até 60"	4.390,00
Spot acima de 60"	Sob avaliação
Texto para ação de merchandising até 60"	4.390,00
Texto para ação de merchandising acima de 60"	Sob avaliação

Observação: Não estão incluídos os custos de produtor, edição, áudio, triha, intérprete, arranjo, músicos ou técnicos especialmente convidados e nem custos de gravação, triha sonora, cópias, cachês e despesas operacionais.

E) MATERIAIS PROMOCIONAIS	Criação (Texto/Layout)	Arte-Final	Total
Adesivo automotivo ou vitrine	2.518,00	1.074,00	3.592,00
Adesivo de chão	3.275,00	1.401,00	4.676,00
Agenda (capa e miolo)-por página	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Bandeirola - por modelo	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Balão	2.616,00	1.293,00	3.909,00
Benner	2.616,00	1.293,00	3.909,00
Baralho	1.989,00	611,00	2.600,00
Bonê/chapéu	2.199,00	732,00	2.931,00
Broadside - por página	2.449,00	825,00	3.274,00
Button	2.449,00	825,00	3.274,00
Calendário - por lâmina	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cemiseleta	2.449,00	825,00	3.274,00
Caneta/lápis	2.449,00	825,00	3.274,00
Capa/contracapa:eposúlia/caderno/livro	5.616,00	1.868,00	7.484,00
Capa de camê	2.449,00	825,00	3.274,00
Capa/contracapa de catálogo	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Capa/contracapa de CD	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cerdápio - por página	2.661,00	1.145,00	3.806,00
Cartão de natal	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cartão postal	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cartaz/poster	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cartazete	3.212,00	1.373,00	4.585,00
Catálogo ou folheto - por página	2.661,00	1.145,00	3.806,00
Chevelro	2.449,00	825,00	3.274,00
Cinta (para produção de jornais)	3.135,00	1.351,00	4.486,00
Convite	2.449,00	825,00	3.274,00
Convite + envelope	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Copo	2.449,00	825,00	3.274,00
Crachá	2.199,00	732,00	2.931,00
Diploma	4.490,00	1.502,00	5.992,00
Display de mesa/take ons	4.893,00	1.631,00	6.524,00

Continua na próxima página...

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



E) MATERIAIS PROMOCIONAIS - continuação da página anterior		
Display de ponta de gôndola	6.202,00	8.862,00
Display de vitrine	5.568,00	7.955,00
Encarte de CD-pl/ lâmina/label de CD	2.449,00	3.274,00
Etiqueta	2.199,00	2.931,00
Faixa de gôndola/stopper	4.893,00	6.524,00
Flyer (volante) - frente e verso	4.915,00	6.549,00
Folder - até 6 páginas	7.983,00	11.417,00
Cada face diagramada equivale a uma página, independente do formato. Diagrama explicativo na última página. Exemplos: 1 folha com 1 dobra equivale a 4 páginas; 1 folha com 2 dobras paralelas equivale a 6 páginas. Definição de folder: qualquer impresso que contenha no mínimo 1 dobra. Acima de 6 páginas: sob consulta.		
Formação de gôndola/bandô	4.893,00	6.524,00
House organ/newsletter - por página	2.199,00	2.931,00
Leque	2.449,00	3.274,00
Livro/Revista-p/pág. (capa e contracap.)	2.199,00	2.931,00
Mala direta - por página	1.542,00	2.367,00
Mala direta/peça promocional	19.575,00	26.100,00
Móvil	4.581,00	6.546,00
Mouse pad	2.449,00	3.274,00
Pasta de eventos	4.893,00	6.524,00
Pesquisa de brindes	6.876,00	9.824,00
Placa/painel	4.893,00	6.524,00
Portfólio-perfil institucional - p/página	2.449,00	3.274,00
Relatório anual - por página	1.947,00	2.582,00
Risque e rabisque	2.449,00	3.274,00
Sacola/bolsa	2.449,00	3.274,00
Totem	6.845,00	9.784,00
Troféu - não incluso mock-up	8.860,00	11.808,00
Umas	7.949,00	10.597,00
Visetra	2.199,00	2.931,00

F) EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

F1) Digitação de Textos	
Por lauda até 1.200 laques	720,00
Valor mínimo	394,00
Outros idiomas	Cobrar mais 50%
F2) Scanner	
Mínimo de 100 cm² - Cor	362,00
Mínimo de 100 cm² - P/B	238,00
Cm² excedente - Cor	1,62
Cm² excedente - P/B	1,37
F3) Retoque de Imagens	
Valor por hora	1.114,00

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



**CÂMARA
DE COLOMBO**

F4) Vetorização de logotipos	
Valor médio	806,00
F5) Print	
Papel formato A3 - Cor	323,00
Papel formato A3 - P/B	131,00
Papel formato A4 - Cor	162,00
Papel formato A4 - P/B	68,00
Exemplo prático de cálculo	
Material de Jornal - 1/2 página	
Texto, layout, arte-final	4.481,00
Digitação até 1.200 toques	729,00
Vetorização de logotipos	806,00
2 prints P/B - A4	136,00
Total	6.252,00
Material de Revista - página simples	
Texto, layout, arte-final	6.425,00
Digitação até 1.200 toques	729,00
1 scanner cor	362,00
1 retoque de imagem 1h	1.114,00
2 prints cor A4	302,00
1 print P/B A4	68,00
Total	9.000,00

G) PAPELARIA	Projeto	Layout	Arto-Final	Total
Bloco de anotações	1.234,00	1.234,00	1.086,00	3.554,00
Cartão empresa	1.086,00	1.086,00	924,00	3.096,00
Cartão de aniversário/cartão personalizado	1.086,00	1.086,00	924,00	3.096,00
Cartão visita	1.086,00	1.086,00	924,00	3.096,00
Envelope saca/office	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Envelope simples	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Papel carta decorativo	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Papel carta/office	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Papel embrulho/presento	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Pasta	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00

H) PROJETOS ESPECIAIS	
Concelho gráfico de apresentações (ppt ou similares)	6.420,00
Diagramação por slide	1.605,00
Criação de conceito de campanha	37.398,00
Derivação e/ou atualização de conceito de campanha	26.180,00
Identidade visual para espaço (corredor, finger e sala de espera)	20.999,00
Planejamento de ação digital nas redes sociais - Institucional	32.732,00
Planejamento de ação digital nas redes sociais - por produto	32.732,00
Planejamento de comunicação (projeto básico)	63.304,00
Planejamento de comunicação integrada:	
Planejamento de ações promocionais, de relacionamento, de redes sociais e de propaganda	163.503,00
Planejamento de eventos	49.743,00
Planejamento de marketing direto e fidelização	57.284,00
Planejamento de promoções	49.743,00
Projeto gráfico editorial (capas + miolo com até 16 páginas)	19.085,00

Observação: os trabalhos que não constam nesta lista serão cobrados mediante orçamento específico.

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



**CÂMARA
DE COLOMBO**



I) TRABALHOS MEDIANTE ORÇAMENTO ESPECÍFICO	
Assessoria	
Brindes promocionais especiais	Folhetos/distribuição
Cenários para TVC/palcos	Ilustração especial
Consultoria	Mala direta/expedição
Cópias de áudio	Nome fantasia - empresas
Cópias de audiovisual/documentário	Nome fantasia - produtos
Cópias de filme	Pesquisa de mercado
Cópias de VT	Planejamento de CD-Rom
Decoração de vitrines	Planejamento de hotsites
Desenho técnico	Projetos especiais
Display técnico	Promoção de vendas
Espectáculos/shows/planejamento/organização	RP (Relações Públicas)
Filmagem de eventos	Uniforme

J) PROGRAMAÇÃO VISUAL (*)	Projeto	Layout	Arto-Final	Total
Envolvimento/adestivagem de frota	6.590,00	6.590,00	3.301,00	16.481,00
Fachada	8.538,00	8.538,00	8.538,00	25.614,00
Logotipo empresa	10.797,00	10.797,00	9.243,00	30.837,00
Logotipo produto	10.797,00	10.797,00	9.243,00	30.837,00
Manual de uso (marca/logomarca)-por página	1.281,00	1.281,00	1.104,00	3.666,00
Marca/logotipo empresa (logomarca)	17.803,00	17.803,00	15.250,00	50.856,00
Marca/logotipo eventos/mobiliário	9.736,00	9.736,00	8.342,00	27.814,00
Marca/logotipo produto (logomarca)	17.803,00	17.803,00	15.250,00	50.856,00
Marca/logotipo reformulação (logomarca)	7.484,00	7.484,00	6.418,00	21.386,00
Mascote ou personag.-custo de ilustração à parte	7.484,00	7.484,00	6.418,00	21.386,00
Nome de produto	6.784,00	6.784,00	3.391,00	16.959,00
Programação visual de quiosques	10.197,00	10.197,00	5.217,00	25.611,00
Uniformes promotores - por peça	6.590,00	6.590,00	3.301,00	16.481,00
Selo comemorativo	4.702,00	4.702,00	4.127,00	13.531,00
Slogan	16.949,00	16.949,00	8.849,00	39.547,00

(*) Mediante orçamento específico

Estande para feiras	Símbolo
Identificação corporativa	Sinalização interna
Impressos específicos	Trios elétricos
Pintura de frota	Vitrines

Observação: os preços destes serviços devem levar em consideração o custo/hora do profissional.

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



CÂMARA
DE COLOMBO



K) EMBALAGENS	Criação (Texto/Layout)	Arto-Final	Total
Berço (estrutura de embalagem)	7.999,00	3.899,00	11.898,00
Caixa de embarqué	5.247,00	2.742,00	7.989,00
Caixa display de produto	17.014,00	6.913,00	23.927,00
Cartela/tag	4.252,00	2.502,00	6.754,00
Cartela com saco	5.958,00	3.382,00	9.338,00
Embalagem (adaptação)	6.377,00	6.913,00	13.290,00
Embalagem produto	21.273,00	6.913,00	28.186,00
Embalagem blister/sampling	6.548,00	3.709,00	10.257,00
Embalag. de linha de prods.-até 5 embalagens	85.044,00	27.613,00	112.657,00
Embalagem promocional	9.570,00	6.913,00	16.483,00
Mock-ups (sem custo de terceiros)	16.260,00	6.501,00	22.761,00
Rótulo	6.142,00	2.633,00	8.775,00

L) SERVIÇOS DIGITAIS		
ANÚNCIOS DISPLAY		
Peça/Tipo	Valor-Referência	
Master (qualquer dimensão)	4.405,00	
Adaptação (qualquer dimensão)	Estático	1.755,00
	Animado	1.932,00
Replicação (ajustes de especificações para outros veículos)	Por formato	Formatos GDN*
	516,00	2.307,00

* Considerando horas do motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN) - 18 formatos.

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	
Peça	Dimensão - Pixel
Arranha-céu (skyscraper)	120 x 600
Arranha-céu largo (wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (cabecalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (cabecalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (half page)	300 x 600
Outdoor (billboard)	970 x 250
Dhml/footer	Variável, até 72.200 pixels de área

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Mobilo - Feature Phones	
Small banner	120 x 20
Medium banner	168 x 28
Large banner	216 x 36
Smart Phones - Web & Apps	
Banner e banner expansível	300 x 50
Wide banner e wide banner expansível	320 x 50
Interstitial	300 x 250

Observação: formatos-padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeltos a alteração.

OUTRAS PEÇAS	
Peça	Criação/Finalização
Post simples/anúncio redes sociais (jpg/gifs + texto)	3.957,00
Post carrossel (jpg/gifs + texto)	7.913,00
Cover para redes sociais	3.957,00
Criação/Animação/Programação	
Anúncio para tablet horizontal ou vertical	8.809,00
Anúncio para tablet horizontal e vertical	13.215,00

Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

Projetos

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos das áreas de Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

Valores Referenciais

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir valores referenciais baseados em projetos de média complexidade.

Etapas de Trabalho

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

BUSINESS INTELLIGENCE	
Serviço/escopo	Valor/Referência
A disciplina business intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o valor-referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.	

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



**CÂMARA
DE COLOMBO**

Análise de BI	Valor-Referência:
Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados extraíndo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.	7.928,00

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.

CAMPANHAS DIGITAIS

Serviço/Esopo	Valor-Referência
Planejamento de Campanha	
Abrange duas áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.	
Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	
A partir de briefing-padrão com todas as informações referentes à campanha a ser planejada, a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	41.642,00

Observação:

Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE	
Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	
Rede de Pesquisa (Links Patrocinados)	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Rede de Display e Impulsão de Conteúdo	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Programática	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

Observação: valor mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$6.134,00/mês.

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021

REDES SOCIAIS	
Planejamento de Redes Sociais	
O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus <i>stakeholders</i> .	
Serviço/Escopo	Valor-Referência
<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico da presença nas redes sociais. • Definição dos objetivos a serem atingidos. • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma. • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a serem utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria. • Definição de métricas para acompanhamento. • Definição de ferramentas para análise de desempenho. 	32.087,00

GESTÃO DE REDES SOCIAIS	
Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os <i>stakeholders</i> , análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.	
GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros. • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês. • Customização das fanpages com o mote do período. • Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo com o cliente. • Volumetria: até 3 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana. • Insights para a produção de conteúdo. • Entrega e apresentação de relatório mensal. 	14.746,00/mês
GESTÃO DE MONITORAMENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês). • Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens. • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados. • Monitoramento de menções e temperatura de humor. • Monitoramento de resultados de ações e campanhas. • Indicadores de desempenho (KPIs). • Acordo de nível de serviço 5 x 8. • Entrega e apresentação de relatório mensal. 	9.202,00/mês

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021





**CÂMARA
DE COLOMBO**

GESTÃO DE RELACIONAMENTO	
<ul style="list-style-type: none">• Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca.• Classificação do perfil de seguidores e influenciadores.• Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade.• Acordo de Nível de Serviço 5 x 8.• Volume médio de 150 interações por mês.• Entrega e apresentação de relatório mensal.	12.977,00

Observação: os valores não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)
Planejamento Etapas fundamentais para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, afim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.

Serviço/Escopo	Valor-Referência
<ul style="list-style-type: none">• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa.• Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência.• Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio.• Definição dos melhores canais (buscadores).• Definição dos tipos de conteúdo mais adequados.• Definição das estratégias de link building.• Análise do ranking orgânico (<i>organic</i>) e de autoridade (<i>authority</i>).• Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas.• <i>Traffic source</i> - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores.• Análise do campo semântico para qualificação da audiência desejada.• Definição da estratégia de gestão de autoridade.• Definição de metas e KPIs.	27.723,00

GESTÃO
A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de <i>back-links</i> e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021

Diagnóstico e setup Inicial do Canal	
<p>Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visem corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Apointamento de otimizações da estrutura da informação no site. • Melhorias no <i>title</i> e meta <i>description</i>. • Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor). • Levantamento de transferência de propriedade e autoridade de página/domínio. • Análises de <i>broken link</i>, <i>backlink</i> e <i>link building</i>. • Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como <i>black hat</i>. • Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas. 	13.567,00

Observação: valor para 20 seções/templates.

GESTÃO DE SEO	
<p>A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados. • Instruções técnicas para otimização de páginas. • Revisão constante de códigos do canal. • Otimização do conteúdo e das imagens. • Instruções para otimização de <i>back-links</i>. • Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento. • Volume sugerido: criação de um conteúdo por semana. 	11.207,00/mês

Observação: Escopo e investimentos estimados para um canal de pequeno o médio porte com funcional semelhante aos citados nesta tabela.

WEBSITE	
<p>Responsivo com 10 ações: home, empresa, serviços, galeria de mídias, formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemap</i>, <i>wireframe</i>, layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> para um novo website. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.</p>	43.766,00



Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



HOTSITE	
Técnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.	
Hotsite de evento com 8 seções: home, sobre o evento, como chegar, agenda, palestrantes, patrocinadores, formulário de contato, formulário de inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemaps, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	25.196,00

MOBILE SITE	
Um Mobile Site possui as mesmas características de um Website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizado em dispositivos móveis.	
Versão de um website já existente - 10 seções: home, empresa, serviços, galeria de mídias (fotos, vídeos), formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca, especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	26.189,00

BLOG	
O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.	
Responsivo com 5 seções: home, categoria de conteúdo, conteúdo, resultados de busca e fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	16.987,00

LANDING PAGE	
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.	

Sumar

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021



**CÂMARA
DE COLOMBO**



Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemap wireframe</i> , layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> . HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	8.400,00
--	----------

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os valores não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

MOBILE APP

Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> . Funcionalidades: login, logout, esqueci minha senha, termos de uso, cadastro, sobre o aplicativo, galeria de fotos, notícias, <i>push notification</i> , eventos, alteração de dados cadastrais. Painel de administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	67.949,00
---	-----------

E-COMMERCE

Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e com base nisso é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feitas as customizações dentro dos limites da plataforma.

E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda online. Layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> . Personalização das seguintes páginas: home, categoria de produtos, produto, carrinho de compras, finalização de pedido, resultados de busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	56.861,00
---	-----------

Observações:

- 1) O valor não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O valor não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O valor não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

E-MAIL MARKETING

Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir do briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	3.957,00
---	----------

Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021

Outros serviços de E-mail Marketing	
Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta

NEWSLETTER	
Criação e produção do HTML	3.957,00
Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	
Outros serviços do Newsletter	Sob consulta
Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	

M) Valores Referenciais de Serviços Publicitários para CONCORRÊNCIAS PRIVADAS (Federal/Estadual/Municipal)	
Criação de conceito de campanha - apresentação até 3 peças finalizadas	27.251,00
* Valor de custelo	
Criação de conceito de campanha integrada:	
Planejamento de mídia offline e online - apresentação até 7 peças finalizadas	40.876,00
* Valor de custelo	

* Valor de custelo é válido exclusivamente para participação em concorrência, independente do resultado.
* Para a transferência de direitos autorais da campanha, deverão ser utilizados os valores de acordo com a Lista de Valores Referenciais de Serviços Internos do Sinapro/PR vigente.

Preço em caso de desistência de trabalhos encomendados: pode ser cobrado 50% sobre o valor do trabalho.
RECOMENDAMOS QUE ESTA OBSERVAÇÃO SEJA INCLuíDA NA ESTIMATIVA DE CUSTO PARA O CLIENTE.

Diagrama do Folder

FOLDER 4 PÁGINAS



FOLDER 6 PÁGINAS



Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021