**EDITAL DE LICITAÇÃO**

**PROCEDIMENTO LICITATÓRIO Nº 053/2021**

**MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS Nº 003/2021**

1. **PREÂMBULO**

**O MUNICÍPIO DE MARQUINHO**, através da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Decreto nº 010/2021, publica para o conhecimento dos interessados, que se encontra instaurada LICITAÇÃO na modalidade de Tomada de Preços, tipo **“TÉCNICA E PREÇO**”, que se regerá pelas disposições da Lei nº 12.232/10, subsidiariamente pelas Leis Federais nºs 8.666/93, 4.680/65, bem como, Lei Complementar nº 123/06, conjugadas com as disposições constantes do presente EDITAL e seus respectivos modelos, adendos e anexos, inclusive o projeto básico/executivo, e demais normas vigentes e aplicáveis ao objeto da presente licitação.

**RECEBIMENTO DOS ENVELOPES:** impreterivelmente até o dia 09 de Setembro de 2021,até as **9h00min,** com os membros da Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura de Marquinho.

**ABERTURA DOS ENVELOPES: às 9h00min do dia** 09 de Setembro de 2021**.**

**FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES:** Todos os esclarecimentos necessários pelos interessados nesta licitação poderão ser solicitados de segunda a sexta-feira, no horário de expediente, no endereço Rua Sete de Setembro, S/N, CENTRO – na cidade de Marquinho – PR, onde poderá ser examinada e adquirida a fase interna do procedimento, como projeto básico/executivo. Contato telefone (42) 3648 1102.

1. **ELEMENTOS INSTRUTORES**

Os envelopes deverão ser entregues aos membros da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Marquinho, conforme a Decreto nº 010/2021, até a data, horário e local indicado no preâmbulo do presente edital.

**2.1.** Tipo de Licitação**: Técnica e Preço.**

**2.2. DO CERTAME:** A presente Licitação será realizada em 3 (três) fases, assim discriminadas:

a) Proposta Técnica;

b) Proposta de Preços;

c) Habilitação.

* 1. **Propostas Técnicas:** Serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica constituída por 3 (três) pessoas, formadas em comunicação, marketing ou publicidade, ou que atuem em uma dessas áreas, as quais foram cadastradas, em atendimento ao previsto no artigo 10, da Lei Federal n.º 12.232/2010.

**3. OBJETO e DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

**3.1.** O objeto da presente licitação é a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMIDIAÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFILINE, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, dispondo dos serviços abaixo relacionados:

**3.2.** Entenda-se por serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e a demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

**3.3.** As publicações de atos oficiais exigidos por força de lei específica serão efetuadas no órgão de imprensa oficial do município sem a intermediação da Agência de Propaganda contratada, não sendo, portanto, devido qualquer valor sobre estas publicações.

**3.4.** A Contratação de Agência de Propaganda compreende planejamento, estudo, criação, distribuição e controle de resultados de campanhas.

**3.5.** Publicidade Institucional: a que tem como objeto divulgar informações sobre programas dos órgãos e entidades governamentais, ou metas e resultados;

**3.6.** Publicidade de Utilidade Pública: a que tem como objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando melhorar a sua qualidade de vida.

**3.7.** Estão incluídos no objeto:

1. Realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Executivo, no que se refere à sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e às suas características ao custo da publicidade;
2. Formulação do Plano de Comunicação e contratação de veículos de comunicação de interesse da Administração Municipal;
3. Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

**4. DO VALOR e DA DOTAÇÃO**

**4.1.** O valor estimadopara esta Licitação é de **R$ 95.481,43 (noventa e cinco mil quatrocentos e oitenta e um reais e quarenta e três centavos)**, conforme descrito na tabela abaixo:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lote 001** | | | | | |
| ITEM | NOME DO PRODUTO/SERVIÇO | QTDE | UND | PREÇO MÁXIMO | PREÇO MÁXIMO TOTAL |
| 001 | Prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, logotipos e de outros elementos de comunicação visual de caráter informativo, educativo ou de orientação social dos órgãos públicos municipais por meio de veículos de comunicação em geral, conforme o interesse público. | 1,00 | Serviço | 95.481,43 | 95.481,43 |

**4.2.** DO VALOR: O valor máximo estimado para a execução do objeto desta licitação será de R$ 95.481,43 (noventa e cinco mil quatrocentos e oitenta e um reais e quarenta e três centavos), aí incluídos quaisquer custos, internos ou externos, inclusive descontos e outros, sendo que os valores dos itens observarão o percentual de desconto sobre os preços da Tabela de Custos de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda – SINAPRO/PR e o orçamento de fornecedores que constar o menor valor, quando se tratar do disposto do § 1º do art. 14 da lei 12.232/10, na forma disposta deste edital.

**4.3.** A contratada deverá apresentar 3 (três) orçamentos de fornecedores (quando se tratar do disposto do § 1º do art. 14 da lei 12.232/10), em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública designada para este fim, ou seja: sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (zero vírgula cinco por cento) do valor global do contrato.

**4.4.** O procedimento licitatório tem como objetivo garantir que a Administração contrate a proposta que se mostre mais vantajosa sem que haja qualquer tipo de favoritismo (princípio da impessoalidade).

**4.5.** A proposta mais vantajosa, no entanto, deve se mostrar exequível, por isso é vedado o valor irrisório.

**4.6.** Embora se tenha conhecimento da tabela de valores propostos pelo sindicato da categoria (SINAPRO/PR), verificamos que os valores ali assinalados se mostram demasiadamente superiores ao praticado na nossa região, motivo pelo qual se justifica a contratação de propostas com até 70% (setenta por cento) de desconto nos valores propostos pelo sindicato sobre a “Tabela Referencial de Preços” vigente.

**4.7.** Não há previsibilidade em relação à necessidade exata de campanhas publicitárias durante a execução do contrato, razão pela qual a licitação em tela é feita com uma base em uma estimativa de valor máximo, e os serviços serão autorizados de acordo com a demanda desta municipalidade, não estando obrigado a utilização dos serviços em sua totalidade.

**4.8.** As despesas decorrentes do presente processo licitatório correrá por conta da seguinte dotação orçamentária:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DOTAÇÃO** | | |
| **Conta da Despesa** | **Funcional Programática** | |
| 0470 | 03.004.04.131.0002.2007 | 3.3.90.39.00.00 |

**5. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**5.1.** Somente poderão participar da presente licitação as empresas jurídicas qualificadas como Agência de Propaganda, expressamente prevista no contrato social, nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, legalmente constituídas e que sejam portadoras de Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento expedido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP, nos termos do art. 4º § 1º, da Lei nº 12.232/2010 e atendam a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data fixada para a abertura das propostas e demais condições constantes no Edital e anexos.

**5.2.** Não poderão participar direta ou indiretamente desta licitação, além dos enumerados no art. 9º, da Lei nº 8.666/1993:

**a)** Empresa que tenha sido declarada inidônea para licitar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública, de qualquer dos poderes da União, Estados e Municípios, desde que o ato tenha sido publicado no Diário Oficial pelo órgão que o praticou, ou, ainda, que esteja cumprindo suspensão do direito de licitar e de contratar com o Município de Marquinho - PR.

**b)** Empresa sob processo de falência, concordata ou recuperação judicial.

**c)** Empresa que esteja impedida ou suspensa de transacionar com a Administração Pública do Município de Marquinho/PR.

**d)** Empresa cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, sócios ou membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo, administrativo ou dirigentes sejam parentes, em linha reta ou colateral, consanguínea ou afim que figurem como servidor, vereador ou ocupante de cargo comissionado na Prefeitura Municipal de Marquinho - PR.

**e)** É vedada a participação das agências com controle acionário ou diretivo pertencente, direta ou indiretamente, a veículo de comunicação ou a pessoa física que participe direta ou indiretamente do controle acionário ou diretivo do veículo.

**6. DO DIREITO DE IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

**6.1.** As empresas participantes deverão verificar o conteúdo dos documentos integrantes do Edital, sendo que decairá do direito de impugnar os termos do Edital de Licitação perante a PREFEITURA, licitante que não fizer seu pedido até o 2º (segundo) dia útil que anteceder à abertura dos envelopes com as propostas, nos termos do artigo 41, parágrafo 2º, da Lei Federal nº 8666/93, e suas alterações.

**6.1.1** A(s) impugnação(ões) poderá(ão) ser entregue(s) no Departamento de Licitações ou enviado(s) por meio eletrônico para o e-mail: marquinho.licitacao[@gmail.com](mailto:natalia.borcatto@doisvizinhos.pr.gov.br).

**7. INFORMAÇÕES, ESCLARECIMENTO E ALTERAÇÃO DO EDITAL**

**7.1.** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1o do art. 113.

**7.2.** Informações e esclarecimentos relativos ao edital, seus modelos, adendos e anexos poderão ser solicitados, por e-mail: marquinho.licitacao[@gmail.com](mailto:natalia.borcatto@doisvizinhos.pr.gov.br) à Comissão de Licitação, até 5 (cinco) dias úteis antes da data limite para o recebimento da documentação relativa a Habilitação e Proposta, sendo que as respostas serão enviadas por escrito a todas as proponentes, até 2 (dois) dias úteis antes do recebimento das propostas.

**7.3.** Nos casos em que a alteração do edital importe em modificações das propostas, o licitador prorrogará o prazo de abertura e julgamento.

**8. DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPES 01, 02, 03 e 04)**

**8.1.** As Propostas Técnicas (envelopes 01, 02 e 03) e a Proposta de Preços (envelope 04) deverão ser entregues no dia, horário e local definidos neste Edital.

**8.2.** Os envelopes 02, 03 e 04 deverão ser apresentados em papel que identifique a licitante, contendo o nome da proponente e a referência desta Licitação.

**8.3.** Serão desclassificadas as propostas que não observarem às condições estabelecidas neste Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

**8.4.** ENVELOPE Nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA. (Este envelope não poderá conter qualquer marca, sinal, rubrica, etiqueta ou identificação externa ou interna).

**8.5.** ENVELOPE Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA

**Razão Social da Licitante:**

**CNPJ Nº: ..................................................**

**Município de Marquinho – PR**

**Tomada de Preços nº 003/2021**

**Tipo: Técnica e Preço**

**8.6.** ENVELOPE Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA (Conjunto de informações referente à licitante)

**Razão Social da Licitante:**

**CNPJ Nº: .................................................**

**Município de Marquinho – PR**

**Tomada de Preços nº 003/2021**

**Tipo: Técnica e Preço**

**8.7.** ENVELOPE Nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS

**Razão Social da Licitante:**

**CNPJ Nº: ...................................................**

**Município de Marquinho – PR**

**Tomada de Preços nº 003/2021**

**Tipo: Técnica e Preço**

**9.** **DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES 01, 02 e 03)**

**9.1.** A Proposta Técnica, constante no envelope 01 (via não identificada) deverá ter suas páginas numeradas sequencialmente (devendo a numeração ser impressa e alocada no canto superior direito de cada página, fonte Arial, tamanho da fonte 12), e ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras.

**9.2.** As Propostas Técnicas, constantes nos envelopes 02 e 03, deverão ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e e-mail, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da Licitante.

**9.3.** O Plano de Comunicação Publicitária (envelope 01), deverá ser elaborado com base no Briefing (anexo), terá como critério de julgamento, pela Subcomissão Técnica, quatro quesitos:

1. Raciocínio Básico: apresentado na forma de texto, contendo no máximo 2 (duas) laudas, fonte Arial, tamanho da fonte 12, espaçamento entre linhas de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, onde a licitante deverá demonstrar o entendimento sobre as informações contidas no Briefing, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Marquinho - PR, a sua compreensão sobre o objeto desta licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentada sob a forma de texto, contendo no máximo 4 (quatro) laudas, fonte Arial, tamanho da fonte 12, espaçamento entre linhas de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, indicando e defendendo as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Município de Marquinho - PR, devendo conter:

* adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação do Município de Marquinho/PR;
* consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
* capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação do Município de Marquinho - PR com a sociedade.

3. Ideia Criativa: apresentada sob a forma de exemplos de peças publicitárias, correspondendo à resposta criativa da proponente aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Sendo assim, a ideia criativa deverá buscar solucionar o problema específico de comunicação publicitária.

* **Serão aceitas somente as seguintes peças:**

1 (um) anúncio para jornal, 01 página colorida (26cmx36cm);

1 (um) post para anúncio em redes sociais;

1 (um) leiaute para panfleto institucional (formato livre);

1 (um) roteiro (SPOT) para anúncio de rádio de 30ʼ (trinta segundos);

* As peças da campanha devem seguir o conceito, marca e cores já utilizados pela Administração Pública.

1. Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentada em fonte Arial, tamanho da fonte 12, espaçamento entre linhas de 1,5, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, explicando e justificando a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente e em função da verba disponível, devendo conter:
2. Adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto;
3. Adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido;
4. Conhecimento dos hábitos de comunicação do público alvo, adequando-os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados;
5. Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
6. Economia na aplicação da verba destinada;

**9.4.** A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope 02) terá o mesmo teor da via não identificada (envelope 01), sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

**9.5.** O conjunto de informações a que se refere à Proposta Técnica (envelope 03) deverá englobar os seguintes quesitos:

1. Capacidade de Atendimento: será apresentada por meio dos seguintes textos (fonte Arial, tamanho da fonte 12, espaçamento entre linhas de 1,5):
2. Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da Agência de Propaganda;
3. A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido, contendo nome, formação e experiência dos profissionais que serão colocados à disposição para execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, produção gráfica, mídia e atendimento.
4. A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela 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. Portfólio: será apresentado por meio de um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças nas quais seincluirá texto com explicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver:
6. Poderão ser apresentadas até 5 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
7. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção do veículo que a divulgou;
8. As peças para jornal e/ou revista deverão ser apresentadas impressas em papel tamanho A-4;
9. Os anúncios para televisão e os spots e/ou jingles para rádio deverão ser apresentados em CD ou DVD.

**10. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (envelopes 01, 02 e 03).**

**10.1.** A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a seguinte metodologia:

1. Plano de Comunicação Publicitária (envelope nº 1), que terá pontuação limitada em 70 (setenta) pontos, distribuídos nos itens a seguir:

* raciocínio básico: 20 (vinte) pontos;
* estratégia de comunicação publicitária: 10 (dez) pontos;
* ideia criativa: 30 (trinta) pontos e,
* estratégia de mídia e não mídia: 10 (dez) pontos.

1. Conjunto de Informações (envelope nº 3), que terá pontuação limitada em 30 (trinta) pontos, distribuídos nos itens a seguir:

* capacidade de atendimento: 10 (dez) pontos e,
* portfólio da licitante: 20 (vinte) pontos.

**10.2.** A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica e será calculada com 2 (duas) casas decimais após a vírgula.

**10.3.** Será classificada em primeiro lugar, na análise da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na somatória das notas dos quesitos e as demais serão classificadas por ordem decrescente.

**10.4.** Na campanha institucional simulada as licitantes deverão utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR) e os preços de tabelas cheias praticados pelos veículos de comunicação vigentes na data da publicação do aviso da presente licitação.

**10.5.** A campanha proposta não poderá ter valor superior a R$ 20.000,00 (vinte mil reais), conforme indicado no briefing (Modelo Anexo I).

**11. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS (envelope 04)**

**11.1.** No Envelope 04, devidamente fechado e inviolado, deverá conter a proposta de preços, em papel que identifique a licitante, contendo o percentual de desconto sobre a Tabela de Custos de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda - SINAPRO-PR (anexar na proposta a Tabela SINAPRO-PR vigente), o qual não poderá ser superior a 70% (setenta por cento), sob pena de desclassificação, devendo ser apresentada em via impressa, de forma clara e concisa, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou borrões, redigida em idioma nacional, bem como estar assinada pela proponente ou seu representante legal, sob pena de desclassificação caso a Comissão de Licitação entenda que comprometa a lisura do certame licitatório. Todas as páginas deverão estar numeradas sequencialmente. (Modelo Anexo VI).

1. Da proposta de preços, a ser preenchida aos moldes do “Modelo de Proposta” (Anexo), constará, sob pena de desclassificação:
2. Percentual de desconto sobre a Tabela de Custos de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda (SINAPRO-PR), o qual não poderá ser superior a 70% (setenta por cento), sob pena de desclassificação.
3. O percentual de honorários de até 5% (cinco por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros especializados na prestação de serviços e de suprimentos externos, decorrente de estudos ou criação intelectual da licitante;
4. O percentual de honorários de até 5% (cinco por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros especializados, quando a responsabilidade da agência se limitar à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento externo.

**11.2.** **A Proposta de Preços deverá conter:**

**\*** O número da Tomada de Preços n° 003/2021.

\* Dados da licitante: Razão Social, número do CNPJ, endereço completo, número do telefone e e-mail.

\* Declaração de que os percentuais de desconto ofertados abrangem todos os custos necessários para a realização dos serviços, incluindo impostos, taxas, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais, e/ou municipais indispensáveis para o cumprimento do objeto da presente licitação.

\* O prazo de validade da proposta, não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da entrega das propostas. As propostas que não contiverem o prazo de validade, será considerado o prazo de 60 (sessenta) dias, da data da entrega da proposta, conforme § 3º, do art. 64, da Lei nº 8.666/93.

\* Declaração do enquadramento da empresa como Microempresa (ME) e/ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. (Conforme Anexo XI).

**11.3.** A proposta uma vez aberta é irretratável e irrenunciável.

**11.4.** Os serviços considerados indispensáveis à execução da campanha ou ação publicitária e não constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/PR, serão remunerados através de acordo entre as partes, fundamentado em clara e precisa demonstração da sua procedência e compatibilidade com os preços de mercado, observado o disposto no § 1º do art. 14 da lei 12.232/10.

**12. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4)**

**12.1.** A pontuação da proposta será obtida da seguinte maneira:

1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.
2. A classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de menor preço, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.
3. Até 40 (quarenta) pontos pelo desconto sobre os custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (dois pontos para cada 1% (um por cento) de desconto, limitado a 70% (setenta por cento) do valor da tabela.
4. Até 30 (trinta) pontos pelo desconto sobre honorários devidos sobre o custo de produção realizada por terceiros especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de (7,5 (sete virgula cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 5% (cinco por cento) originais, até o limite de 1% (um por cento) de desconto).
5. Até 30 (trinta) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre o custo de produção realizada por terceiros especializados, quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento externo, na razão de (7,5 pontos para cada 1% de desconto sobre os 5% originais, até o limite de 1% de desconto).
6. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras empresas licitantes.
7. A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

A – Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná. (Até 40 quarenta pontos);

A.1 Critério de desconto de 50% (cinquenta) a 70% (setenta), equivalendo 02 pontos a cada 1,00% de desconto.

Ex: 50,00% = 0 Ponto,

60,00% = 20 pontos e

assim sucessivamente até 70% = 40 pontos.

B – Honorários por serviços de terceiros (Até 30 (trinta) pontos);

B.1 Remuneração entre 1% a 5% (honorários devidos sobre o custo de produção realizada por terceiros especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos) (7,5 pontos para cada 1% de desconto sobre os 5% originais, até o limite de 1% de desconto).

Honorários a serem aplicados: Pontos Concedidos

05%: Zero pontos

04%: 7,5 pontos

03% 15 pontos

02%: 22,5 pontos

01%: 30 pontos

C – Honorários sobre veiculação (Até 30 (trinta) pontos);

C.1 Remuneração entre 1% a 5% (honorários sobre os custos de veiculação, quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço), (7,5 pontos para cada 1% de desconto sobre os 5% originais, até o limite de 1% de desconto).

Honorários a serem aplicados: Pontos Concedidos

05%: Zero pontos

04%: 7,5 pontos

03%: 15 pontos

02%: 22,5 pontos

01%: 30 pontos

**12.2.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a comissão de licitação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação.

**12.3.** A Nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final.

**12.4.** Serão desclassificadas as propostas que:

- Não atenderem as disposições contidas neste edital;

- Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

- Apresentarem percentual de desconto superior a 70% (setenta por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR);

- Apresentarem percentual de honorários superiores a 5% (cinco por cento) pertinentes a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores;

- Apresentarem percentual de honorários superiores a 5% (cinco por cento) pertinentes aos custos de produção realizada por terceiros especializados, quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento;

**13. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

**13.1.** A pontuação final será obtida a partir do resultado oriundo nos quesitos “técnica” e “preço" obedecendo os seguintes parâmetros:

PF = (PT x 7 + PP x 3) ÷ 10, sendo:

PF = pontuação final

PT = Índice da licitante obtido no quesito “técnica”.

PP = Índice da licitante obtido no quesito “preço”.

**13.2.** A classificação final na licitação se dará pela análise comparativa das “pontuações finais”, obtidas pelas participantes.

**13.3.** Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior “pontuação final”.

**13.4.** Caso haja empate, quando se tratar de Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), serão utilizados para fins de desempate os critérios abaixo, sucessivamente:

* Maior nota obtida no subitem Estratégia de Comunicação Publicitária, da proposta técnica;
* Maior nota obtida no sub item Ideia Criativa, da proposta técnica;
* Maior nota obtida no sub item Capacidade de Atendimento, da proposta técnica;
* Se persistir empate será feito sorteio nos termos do § 2º, do art. 45, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

**14. DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

**14.1.** Na data, horário e local indicado para a realização da sessão pública de Licitação a Comissão Permanente de Licitação, na presença facultativa das proponentes interessadas, devidamente credenciadas, procederá à abertura dos Envelopes 01 e 03, PROPOSTA TÉCNICA - Plano de Comunicação Publicitária (sem identificação) e a PROPOSTA TÉCNICA - Conjunto de Informações Referentes à Proponente, respectivamente, obedecendo os seguintes procedimentos:

**14.2.** Os envelopes padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope 01), bem como o conteúdo da proposta, só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, rasuras, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

**14.3.** A licitante que descumprir este quesito será eliminada sumariamente do certame, sem atribuição de pontuação em qualquer quesito.

**14.4.** A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal, rubrica ou marca nos envelopes 01 (VIA NÃO IDENTIFICADA), Plano de Comunicação Publicitária, nem nos documentos que a integram.

**14.5.** A Comissão Permanente de Licitação elaborará ata e, em ato contínuo, encaminhará à Subcomissão Técnica os Envelopes nº 1 e 3, já abertos, para análise e julgamento, citando o número de participantes.

**14.6.** Nenhum integrante da Subcomissão Técnica poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços (envelopes nº 1, 2, 3 e 4).

**14.7.** A Subcomissão Técnica fará a análise e julgamento individualizada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope nº 1), desclassificando as propostas que estiverem em desacordo com as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6.º da Lei Federal nº 12.232/2010.

**14.8.** A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhará à Comissão de Permanente Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**14.9.** A Subcomissão Técnica fará a análise e julgamento individualizada do Conjunto de Informações Referentes à Licitante (envelope nº 3), desclassificando as propostas que estiverem em desacordo com as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório.

**14.10.** A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento dos quesitos constantes no Conjunto de Informações Referentes à Licitante e encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**14.11.** A Comissão Permanente de Licitação, após recebimento dos documentos do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações Referentes à Licitante e encerrará a sessão pública.

**14.12.** A Comissão Permanente de Licitação convocará as interessadas através de comunicado a ser publicado no Diário Oficial e sítio oficial do Município: www.marquinho.pr.gov.br, e quadro de avisos, para a realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

**14.13.** Abertura dos envelopes 02, com a via identificada da Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária.

**14.14.** Comparação entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para confirmação de autoria (envelopes 01 e 02).

**14.15.** Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica.

**14.16.** Proclamação do resultado do julgamento geral das propostas técnicas (envelopes 01, 02 e 03), registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a respectiva ordem de classificação.

**14.17.** Após a proclamação do resultado, a Comissão Permanente de Licitação, publicará o resultado do julgamento das propostas técnicas no Diário Oficial, no sítio www.marquinho.pr.gov.br e quadro de avisos, com a respectiva pontuação e a indicação das proponentes desclassificadas e a ordem de classificação, organizada pelo nome das licitantes, abrindo-se o prazo para interposição de recursos, relativo ao julgamento das Propostas Técnicas, conforme disposto na alínea b, do inciso I, do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

**14.18.** Decorrido o prazo para a interposição de recursos ou decididos os interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as interessadas através de aviso a ser publicado no site oficial www.marquinho.pr.gov.br e quadro de avisos, para a sessão pública de abertura das Propostas de Preços (envelopes nº 4), observando o disposto no § 2º do art. 46 da Lei nº 8.666/93.

**14.19.** Na sessão pública de abertura das Propostas de Preços, (envelope nº 4), será composta a Planilha Geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos conforme dispõe os itens “DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTAS DE PREÇOS” E “DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS” deste Edital.

**14.20.** Publicação do resultado do julgamento final das propostas, com a devida publicação no site oficial do Município: www.marquinho.pr.gov.br, no Diário Oficial e no quadro de avisos, abrindo-se o prazo para interposição de recursos relativos ao julgamento final, conforme dispõe a alínea b, do inciso I, do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

**14.21.** Após julgamento dos recursos, se houver, será procedida à convocação, através dos meios de comunicação (site oficial do Município: www.marquinho.pr.gov.br, no Diário Oficial e no quadro de avisos), das licitantes classificadas no julgamento final para apresentação dos Documentos de Habilitação, indicando a data, horário e local para abertura dos envelopes de nº 05.

**14.22.** A sessão pública de recebimento e julgamento do envelope 05 - Documentos de Habilitação, obedecerá aos seguintes procedimentos:

**14.22.1** A Comissão Permanente de Licitação procederá ao recebimento e a abertura dos envelopes com os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas (envelope 05), em sessão pública com a análise dos mesmos.

**14.22.2** Concluída a análise, a Comissão Permanente de Licitação anunciará a decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “a” do inciso I do art. 109 da Lei Federal nº 8.666/93.

**14.23.** Decorrido o prazo para a interposição de recursos ou decididos os interpostos, ou ainda, em caso de desistência expressa manifestada por todas as licitantes da intenção de sua interposição a Comissão Permanente de Licitação declarará a licitante vencedora e encaminhará o procedimento licitatório para o Prefeito Municipal de Marquinho - PR, para a devida adjudicação e homologação do objeto.

**14.24.** De todas as fases do processo serão lavradas atas circunstanciadas a respeito, que deverão ser assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

**15. DA HABILITAÇÃO DA LICITANTE VENCEDORA NO JULGAMENTO TÉCNICO E DE PREÇOS - ENVELOPE “5”**

**15.1.** O envelope 05, contendo documentação de habilitação, deverá ser apresentado pelas licitantes classificadas (inciso I, do art.6º, da Lei 12.232/2010) e conter os seguintes dizeres: ENVELOPE Nº 05 - DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO:

Razão Social da Licitante:

CNPJ nº: ......................................................

Município de Marquinho - PR

Tomada de Preços nº 003/2021, conforme relação abaixo especificada:

**15.2.** Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em envelope lacrado e identificado, obedecida a sequência das solicitações deste edital.

**15.2.1** Deverão estar inseridos no Envelope 05, os documentos abaixo relacionados, em original ou fotocópia autenticada por servidor púbico municipal, perfeitamente legíveis, desde que acompanhadas dos originais para conferência, todos da sede da proponente, bem como deverão estar dentro dos respectivos prazos de validade

**15.2.2 SICAF** em plena validade **ou Certificado de Registro Cadastral**, emitido pela Prefeitura Municipal de Marquinho, em plena validade. A listagem dos documentos necessários ao cadastro poderá ser obtida no endereço eletrônico www.marquinho.pr.gov.br, na guia Licitações.

**15.2.3 Prova de Capacidade financeira** (conforme modelo – Anexo X), apresentando as demonstrações contábeis do último exercício social. Deverão ser apresentados os índices de Liquidez Geral (LG); Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG). Tais índices serão calculados como se segue:

LG = (AC + RLP) / (PC + ELP)

LC = (AC / PC)

SG = (AC + AP + RLP) / (PC + ELP);

**15.2.4** Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

**15.2.5 Declaração Unificada (anexo IX);**

**15.2.6** QUALIFICAÇÃO TÉCNICA: A documentação relativa à qualificação técnica consistirá em:

a) Declaração de que a licitante dispõe de condições operacionais para atender no Município de Marquinho, Estado do Paraná, caso seja vencedora da Licitação subscrita por seu responsável legal (anexo IV);

b) Declaração expressa da proponente de que a propriedade literária e os direitos autorais correspondentes às campanhas a serem realizadas serão cedidos ao município de Marquinho - PR, para deles utilizar-se da forma que lhe aprouver, em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer ônus ou remuneração adicional. (Anexo VII);

c) Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP;

**15.3. DISPOSIÇÕES GERAIS REFERENTES AOS DOCUMENTOS EXIGIDOS PARA PARTICIPAÇÃO:**

**15.3.1** O Certificado de Registro Cadastral só será válido se todas as Certidões estiverem com suas validades vigentes, caso não esteja, será necessário apresentar a Certidão atualizada, acompanhando o Certificado de Registro Cadastral, inseridas dentro do INVÓLUCRO N.º 05, no ato de abertura da licitação.

**15.3.2** Todos os documentos deverão estar dentro dos respectivos prazos de validade e poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia, desde que autenticada por servidor membro da Comissão Permanente de Licitação.

**15.3.3** Quaisquer documentos emitidos via Internet terão sua autenticidade confirmada pela Comissão Permanente de Licitação.

**15.3.4** A falta de qualquer dos documentos previstos neste Edital implicará na inabilitação da proponente.

**16. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**16.1.** PAGAMENTO: O pagamento será efetuado através do Departamento Financeiro da PREFEITURA MUNICIPAL em até 30 (trinta) dias após o recebimento e aceitação da nota fiscal pelo Departamento de Compras e Comissão de Recebimento de Bens e Serviços.

**16.2.** Ocorrendo atraso no pagamento por culpa exclusiva do CONTRATANTE, o valor devido será atualizado financeiramente, entre as datas do vencimento e do efetivo pagamento, de acordo com a variação “pro rata tempore” do Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA).

**16.3.** A licitante vencedora deverá possuir conta bancária, preferencialmente, junto ao Banco do Brasil ou Caixa Econômica Federal. Caso contrário, possuindo somente contas em instituições diferentes das supracitadas, deverá arcar com as custas referentes as transferências bancárias/TED/DOC/PIX. O custo atual varia entre R$ 8,00 (oito reais) a R$ 10,00 (dez reais) por operação.

**16.4.** Deverá constar na Nota Fiscal:

1. Número da Licitação.

2. Número do Contrato.

3. Número do aditivo/apostilamento, se houver.

4. Recebimento conforme Decreto nº 014/2021.

5. Especificar (emitir relatório de local onde foi destinado).

6. Anexos para todas as notas: Todas as negativas fiscais mais CNDT.

7. Dados Bancários para pagamento.

**16.5.** A data para entrega das Notas Fiscais será até o dia 25 (vinte e cinco) de cada mês, após esta data, deverão ser encaminhadas a partir do primeiro dia útil do mês subsequente.

**16.6.** Juntamente com a nota fiscal, a Contratada deverá apresentar relatório das campanhas publicitárias, incluindo:

1. Nota(s) fiscal(is) do(s) veículo(s) de comunicação(ões) contratado(s) emitida(s) em nome do Município de Marquinho;
2. Nota(s) fiscal(is) de serviços realizados por terceiro(s) emitida(s) em nome do Município de Marquinho, relativos à produção dos materiais publicitários;

c) Planilha(s) comprovando a veiculação do material publicitário (jornais, revistas, panfletos, outdoor, relatório de inserção de rádios, etc).

**17. DO PRAZO e DA VIGÊNCIA**

**17.1. PRAZO:** O prazo para execução será determinado conforme a natureza dos serviços solicitados e não poderá ultrapassar o prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar do recebimento da requisição emitida pelo Departamento de Compras do Município de Marquinho ao longo da vigência do contrato.

**17.2. DA VIGÊNCIA**

**17.2.1** O Contrato terá vigência de 12 (doze) meses a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado havendo interesse do Município de Marquinho, nos termos do art. 57, II, §4º da Lei 8.666/93.

**17.2.2** Na hipótese de prorrogação do contrato, o valor a ser pago para a prestação dos serviços poderão ser reajustados, após decorridos 12 (doze) meses de vigência do contrato, pela variação do IPCA, calculado e divulgado mensalmente pela Fundação Getúlio Vargas, ou por outro que vier a substituí-lo, desde que permitido nas normas econômicas disciplinadoras, tendo-se como data base o da assinatura do contrato.

**17.2.3** A prorrogação do contrato e o respectivo reajuste, se houver, serão firmados através de Termo Aditivo acordado entre as partes.

**17.2.4** A Contratada não poderá subcontratar os serviços objeto desta licitação.

**18. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

**18.1.** A execução dos serviços será solicitada através de requisição expedida pelo Departamento de Compras da Prefeitura de Marquinho ou via e-mail, sendo que a análise do material produzido será feita pela Administração para posterior aprovação e execução dos trabalhos.

**18.2.** Adjudicado o objeto da licitação à PROPONENTE vencedora, terá o prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis contados da convocação, para assinar o contrato, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei Federal n.º 8.666/93.

**18.3.** O **MUNICIPIO DE MARQUINHO** poderá quando o convocado não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas neste edital, convocar os proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados, de conformidade com o presente edital, ou revogado a licitação, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei Federal n.º 8.666/93.

**18.4.** O prazo do contrato constante neste instrumentopoderá ser prorrogado nas hipóteses e forma a que alude o art. 57, § 1º e 2º da Lei Federal n.º 8.666/93.

**18.5.** A empresa adjudicatária fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições do contrato, os acréscimos ou supressões que se fizerem na contratação, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), do valor inicial atualizado do contrato, conforme prevê o art. 65, da Lei Federal nº. 8.666/93.

**18.6.** Nos termos do Art. 54 da Lei nº. 8.666/93, o contrato reger-se-á por suas clausulas e pelos preceitos de direito público, aplicando-se-lhe, supletivamente o princípio da teoria geral dos contratos e as disposições de direito privado.

**19. DA FISCALIZAÇÃO**

**19.1.** Todos os serviços objeto desta licitação serão acompanhados pela Prefeitura Municipal e toda e qualquer ação de orientação geral e controle e a fiscalização dos serviços será feito pelo servidor Cesar Antônio Gonsiorkiewicz Simi Esteche.

**19.2.** A gestão do Contrato será feita pela Secretaria Municipal de Administração por meio de seu representante o Sr. Emerson Baptistel.

**19.3.** A existência e a atuação da fiscalização em nada restringem a responsabilidade, única, integral e exclusiva da Contratada, no que concerne à execução do objeto de seu respectivo contrato.

**20. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DAS CONDIÇÕES GERAIS**

**20.1.** Constituir-se-ão obrigações da CONTRATADA as seguintes, para a totalidade do objeto:

1 - Tratar as questões inerentes ao objeto com o fiscal do contrato, através do(s) responsável(is) técnico(s), não se admitindo aos demais empregados da CONTRATADA tratarem de questões técnicas com o fiscal do contrato, a não ser por iniciativa deste último;

2 - Responsabilizar-se por qualquer dano causado, por sua culpa ou dolo, a qualquer órgão público, empresa privada ou pessoa física, não cabendo ao Município suportar qualquer ônus, nos termos do art. 70 da Lei nº. 8.666/1993;

3 - Responder por quaisquer danos morais, materiais, patrimoniais e/ou pessoais causados ao Município ou a terceiros, provocados ou negligenciados por seus profissionais e/ou prepostos, culposa ou dolosamente, ainda que por omissão involuntária, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento pelo Município;

4 - Realizar com seus próprios recursos todas as obrigações relacionadas com o objeto deste contrato que lhe forem afetas, de acordo com as especificações determinadas no Processo Licitatório, assumindo a responsabilidade técnica pelos serviços prestados e pelos equipamentos/acessórios disponibilizados;

1. - Além destas obrigações, ainda compete à CONTRATADA:
2. Supervisionar a execução do objeto de acordo com as orientações do fiscal;
3. Responsabilizar-se, civil e ético-profissional e responder pela qualidade;
4. Providenciar o refazimento de peças/materiais publicitários executados em desacordo com as especificações e normas, não cabendo à firma executante o direito de indenização.
5. Providenciar a regularização de falhas, defeitos ou omissões definidas pela Fiscalização do Município.

6 - Apurada, em qualquer tempo, divergência entre as especificações pré-fixadas e o fornecimento efetuado, serão aplicados à CONTRATADA sanção prevista no edital e na legislação vigente.

7- As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

**21. CONDUTA DE PREVENÇÃO DE FRAUDE E CORRUPÇÃO**

**21.1.** Os licitantes devem observar e o contratado deve observar e fazer observar, por seus fornecedores e subcontratados, se admitida a subcontratação, o mais alto padrão de ética durante todo o processo de licitação, de contratação e de execução do objeto contratual.

**21.2.** Art. 4º Constituem atos lesivos à administração pública, todos aqueles praticados pelas pessoas jurídicas, que atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, contra princípios da administração pública ou contra os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, assim definidos:

I - prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada;

II - comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos nesta Lei;

III - comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados;

IV - no tocante a licitações e contratos:

a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;

b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;

c) afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;

d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;

e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;

f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou

g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública; V - dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.

**22. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**22.1.** A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução, mora na execução, a administração municipal poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à licitante vencedora as seguintes penalidades:

I - Advertência;

II - Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por ocorrência de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no edital, até o máximo de 15% (quinze por cento) sobre o valor total da nota de empenho, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, uma vez comunicada oficialmente;

III - Multa de 15% (quinze por cento) sobre o valor total da nota de empenho, no caso de inexecução total ou parcial do objeto registrado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contado comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados à prefeitura do município, e ainda sem prejuízo das demais penalidades previstas na lei nº 8.666/93;

IV - Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato quando o inadimplemento ensejar a rescisão contratual;

V - A licitante vencedora que deixar de celebrar o contrato, não mantiver sua proposta, deixar de entregar documentação necessária ou apresentar documentação falsa exigidas em todas as fases contratuais, ensejar o retardamento da execução do certame, falhar ou fraudar na execução do objeto pactuado comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e contratar com a administração pública conforme previsto na lei nº 8.666/93 e, será descredenciado do Registro Cadastral de Fornecedores do Município de Marquinho/PR;

**22.2.** As sanções previstas nos incisos "I e V" desta cláusula poderão ser aplicadas juntamente com as dos incisos II a IV, facultada a defesa prévia do licitante, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis;

**22.3.** A multa devida será descontada dos pagamentos devidos pela prefeitura do município de Marquinho ou quando for o caso, cobrada judicialmente;

**22.4.** A critério da administração municipal, poderão ser suspensas as penalidades, no todo ou em parte, quando o atraso na entrega dos materiais for devidamente justificado pela empresa detentora do contrato, por escrito, no prazo máximo até 05 (cinco) dias da ocorrência do evento e aceito pela prefeitura do município de Marquinho, que fixará novo prazo, este improrrogável, para a completa execução das obrigações assumidas.

**22.5.** Com fundamento no artigo 154 da lei estadual n.º 15.608/2007, será aplicada a suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a administração ao licitante que:

I) Se recusar injustificadamente, após ser considerado adjudicatário e dentro do prazo estabelecido pela administração, a assinar contrato, bem como aceitar ou retirar o instrumento equivalente;

II) Não mantiver a sua proposta.

**22.6.** Caberá multa compensatória de 30% (trinta por cento) sobre o valor total da licitação ao licitante que se recusar injustificadamente, após ser considerado adjudicatário e dentro do prazo estabelecido pela administração, a assinar contrato, bem como aceitar ou retirar o instrumento equivalente, sem prejuízo de indenização suplementar em caso de perdas e danos decorrentes da recusa e da sanção de suspensão de licitar e contratar com a prefeitura do município de Marquinho, pelo prazo de até 2 (dois) anos, garantida a ampla defesa.

**22.7.** Além das já especificadas neste instrumento sujeitam-se a contratada inadimplente as demais penalidades previstas nos artigos 86 a 88 da lei federal n° 8.666/93, sem prejuízo de outras medidas cabíveis preconizadas no código de defesa do consumidor - lei federal n° 8.078 de 11/09/90;

**22.8.** Se discordar das penalidades que porventura lhe tenham sido aplicadas, poderá a contratada apresentar recurso, sem efeito suspensivo, à autoridade competente através da que lhe tenha dirigido a respectiva notificação, desde que o faça devidamente fundamentado e dentro de 5 (cinco) dias úteis a contar do recebimento da notificação.

**23. DA RESCISÃO**

**23.1.** O Município de Marquinho poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à CONTRATADA qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei n.º 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes.

**23.2.** A rescisão do contrato, de acordo com o que preceituam os artigos 79 e 80 da Lei Federal n.º 8.666/93 poderá ser:

1. Determinado por ato unilateral e escrito do Município de Marquinho, através da Secretaria de Administração e Finanças, nos casos enumerados no artigo 78, incisos I a XII e XVII, da Lei n.º 8.666/93;
2. Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para o Município de Marquinho;
3. Judicial, nos termos da legislação processual.

**23.3.** A rescisão do Contrato, quando motivada por qualquer dos itens acima relacionados, implicará a apuração de perdas e danos, a perda da garantia de execução sem embargos da aplicação das demais penalidades cabíveis.

**23.4.** Declarada a rescisão do Contrato, a CONTRATADA se obriga a entregar o objeto deste Contrato inteiramente desembaraçado, não criando dificuldades de qualquer natureza.

**24. DISPOSIÇÕES FINAIS**

**24.1.** É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase desta Tomada de Preços, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnicas, de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

**24.2.** A supervisão e a coordenação dos serviços objeto deste Edital são atribuições da Administração Municipal, ou responsável por ela indicado.

**24.3.** Nenhuma licitante poderá participar deste certame com mais de uma proposta.

**24.4.** Não serão levadas em consideração, em qualquer fase da licitação, quaisquer consultas, pleitos ou reclamações, que não tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocolizadas junto a Comissão Permanente de Licitação.

**24.5.** As proponentes ficam cientes que o Município de Marquinho, reserva-se no direito de revogar a presente Licitação por razões de interesse público, no todo ou em parte, ou anulá-la, no todo ou em parte, por vício, ilegalidade, de ofício ou mediante provocação, bem como adiá-la ou prorrogar o prazo para o recebimento e abertura das propostas, descabendo, em tais casos, qualquer reclamação ou direito à indenização.

**24.6.** Se todas as licitantes forem inabilitadas ou todas as propostas forem desclassificadas, o município de Marquinho poderá fixar prazo de 8 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou proposta.

**24.7.** Serão desclassificadas as propostas que não atenderem as exigências deste edital e anexos, que forem omissas, vagas, impuserem condições diferentes das dispostas no presente instrumento convocatório ou que contiverem descontos ou execução condicionada a prazos ou vantagens de qualquer natureza aqui não previstos, que estiverem incompletas, incorretas, rasuradas ou contendo corretivos, que apresentarem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento.

**24.8.** As licitantes deverão apresentar suas propostas levando em consideração o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda.

**24.9.** Fazem parte integrante deste processo licitatório, os seguintes anexos:

- **Anexo I** – Briefing;

- **Anexo II** – Declaração de Responsabilidades;

- **Anexo III** - Carta de Credenciamento;

- **Anexo IV** – Declaração de Possibilidade Operacional;

- **Anexo V** – Declaração de Desistência de Interposição de Recursos (Renúncia);

- **Anexo VI** – Proposta;

- **Anexo VII** – Declaração de Direitos Autorais;

- **Anexo VIII** –Minuta do Contrato;

- **Anexo IX** – Declaração Unificada;

- **Anexo X** – Capacidade Financeira;

- **Anexo XI** – Declaração de Enquadramento;

**- Anexo XII** – Modelo Plano de Comunicação Publicitária.

**24.10.** Prevalecerá o disposto no presente edital sempre que houver dúvida entre este e os elementos a ele incorporados.

Marquinho, 09 de Agosto de 2021.

**Elio Bolzon Junior**

**Prefeito**