PREFEITURA MUNICIPAL DE CORBELIA

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PÚBLICA n° 005.2022

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 222.2022

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO nomeada pelo Decreto Municipal nº 001/2022 do **MUNICÍPIO DE CORBELIA**, Estado do Paraná, torna público que de acordo com a Lei nº 8.666 de 21 de Junho de 1993 e alterações posteriores, Lei nº 12.232/2010, Lei Estadual 15.608/2007 e Lei Complementar nº 123/2006 de 14 de dezembro de 2006, receberá em conformidade com o presente **EDITAL** até as 15h00 do dia 14 de outubro de 2022, no Paço Municipal Julio Tozzo, sito Rua Amor Perfeito nº 1616, Centro, Corbelia/PR, os envelopes para **contratação de Agência de publicidade e propaganda para criação, produção, veiculação e controle de campanhas institucionais e publicitárias para Prefeitura Municipal de Corbelia,** conforme Termo de Referência, objeto do presente **EDITAL.**

Certifico que o presente foi afixado no Paço Municipal.

RESUMO DA LICITAÇÃO

OBJETO: Contratação de Agência de publicidade e propaganda para criação, produção, veiculação e controle de campanhas institucionais e publicitárias para Prefeitura Municipal de Corbelia, conforme Memorial Descritivo.
MODALIDADE/TIPO: Concorrência Pública / Técnica e Preço
REGIME DE EXECUÇÃO: Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei n° 8.666/93 com alterações posteriores, da Lei n° 12.232/10 aplicável subsidiariamente, da Lei n° 4.680/65 e disposições deste edital. Os serviços publicitários objeto da presente Concorrência Pública, apenas serão contratados junto às agências de propaganda que detenham o certificado de qualificação técnica emitido pelo conselho executivo das normas padrão – CENP.
ENTREGA PROPOSTAS E DOCUMENTAÇÃO: até 14 de outubro de 2022 às 15h00.
DATA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: 14 de outubro de 2022 às 15h00.
VALOR GLOBAL: R$ 550.000,00 (quinhentos e cinquenta mil reais).
PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS: Conforme demanda.
FORMA DE PAGAMENTO: Até 15 (quinze) dias do recebimento conferido e aprovado da nota fiscal no departamento financeiro, após a entrega do relatório de execução dos serviços efetivamente executados pela contratada e aprovados pela fiscalização.
PRAZO DO CONTRATO: 12 (doze) meses, contados de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado, a juízo da PMC, mediante acordo entre as partes, por ate quatro período igual e sucessivo, nos termos do inciso II do art. 57 Lei 8.666/93

1 – OBJETO

Contratação de agência de publicidade e propaganda para criação, produção, veiculação e controle de campanhas institucionais e publicitárias para Prefeitura Municipal de Corbelia, conforme especificações contidas no item 1.1 do referido edital.

1.1 – Os serviços publicitários objeto da presente Concorrência pública, compreendem:

a) 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;
b) 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;
c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
d) 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.

1.2 – A agência atuará por ordem e conta da PMC, em conformidade com o art. 3° da lei n° 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 1.1, 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.

2 – CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1 – Poderá participar desta Concorrência, a licitante que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.
2.2 – Não poderá participar desta licitação a licitante:
a) em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, cisão, fusão ou incorporação;
b) que por qualquer motivo tenha sido considerada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal;
c) que esteja reunida em consórcio;
d) estrangeira, sem sede no País.
2.2.1 – Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência Pública sem estar certificada pelo conselho executivo das normas padrão – CENP.
2.3 – A participação na presente Concorrência Pública implica tacitamente, para a licitante, na confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o envelope n° 1, conforme previsto no subitem 3.2.1.1.5, e as informações necessárias ao cumprimento desta CONCORRÊNCIA; a aceitação plena e irrevogável 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.

3 – APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

3.1 - A Simulação da Campanha Publicitária deverá observar os seguintes pontos:
3.1.1 - A campanha simulada deve apresentar verba compatível ao solicitado e duração de 30 (trinta) dias, incluindo custos de produção e veiculação
3.1.2 - Para fins de cálculo da distribuição de verba para a produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de R$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais).
3.1.3 - Fica a critério da licitante os veículos a serem considerados na simulação de mídia, entretanto, a apresentação do material - ainda quando utilizadas mídias eletrônicas - deverá ser encaminhado em formato impresso.
3.1.4 - Com relação à campanha publicitária simulada vencedora, fica a critério do Contratante decidir pela sua produção e veiculação, ou não, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

3.2 – As propostas técnica e de preços deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em envelopes distintos e separados, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas.
3.2.1 – A proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, a saber:
a) Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA**: envelope n° 1;
b) Plano de Comunicação Publicitária – **VIA IDENTIFICADA**: envelope n° 2;
c) Demais informações integrantes da proposta Técnica: envelope n° 3.
3.2.1.1 – O envelope n° 1, 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. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n° 2.
3.2.1.1.1 – A CPL só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada, se estiver acondicionado no envelope n° 1, fornecido obrigatoriamente, pela CPL.
3.2.1.1.2 – O plano de comunicação Publicitária – **Via não identificada,** deverá ser redigido em língua portuguesa, exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:
- em papel A4, branco entre 75 e 90 gramas;
- com espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos, entre títulos e parágrafos;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos, permitido o uso de negrito em títulos, subtítulos e palavras ou frases de destaque;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- alinhamento justificado no texto;
- em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo, com grampo metálico;

- sem capa e contracapa;
- sem identificação da licitante;
- sem numeração nas páginas;
- as peças da ideia criativa devem ser impressas em papel A3, em folhas soltas podendo usar papel especial.

3.2.1.1.2.1 – As especificações do subitem 3.1.1.1.2 aplicam-se, no que couber, ao subquesito "Ideia Criativa".
3.2.1.1.2.2 – As tabelas, gráficos e planilhas do subquesito "Estratégia de mídia e não mídia" poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.
3.2.1.1.3 – 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, conforme prevê o artigo 6º da Lei nº 12.232
3.2.1.1.4 – Os exemplos de peças que integram a "Ideia Criativa", sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope n° 1.
3.2.1.1.5 – O envelope nº 1, deverá ser RETIRADO pelos licitantes no Departamento de Licitações no Paço Municipal, das 08:30h as 17:00 horas. (Envelope na cor amarela, medidas 26x36cm).

3.2.2 – O plano de Comunicação Publicitária, **via identificada**, deverá ser apresentado no envelope n° 2, assim identificado, mediante a posição de etiqueta:

ENVELOPE N° 2
PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária
VIA IDENTIFICADA: (Raciocínio Básico, estratégia de comunicação publicitária e estratégia de mídia e não mídia)
Razão Social da licitante:
CNPJ/MF:
CONCORRÊNCIA PÚBLICA n° 05/2022.

3.2.2.1 – O envelope n° 2 será providenciado pela 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.

3.2.2.1.1 – 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 construtivos, devidamente identificado.

3.2.3 – Capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação, serão informados no envelope n° 3, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N° 3
PROPOSTA TÉCNICA: (Capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação)
Razão social da licitante:
CNPJ/MF:
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 05/2022.

3.2.3.1 – O envelope n° 3 será providenciado pela 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.
3.2.3.2 – O envelope n° 3 e os documentos nele condicionados (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° 2.

3.2.4 – A proposta de preços deverá ser acondicionada no envelope n° 4, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N° 4
PROPOSTA DE PREÇOS
Razão Social da licitante:
CNPJ/MF:
CONCORRÊNCIA PÚBLICA n° 05/2022.

3.2.4.1 – O envelope n° 4 será providenciado pela licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
3.2.4.2 – 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 8.3 deste edital, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.3. – No ato de entrega dos envelopes com as propostas técnica e de preços, o representante da licitante apresentará à CPL, o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.
3.3.1 – Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a comissão permanente de licitação ateste sua autenticidade.
3.3.2 – Caso o proposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com poderes constantes de modelo que constitui o Anexo II. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório, do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.
3.3.3 – A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.
3.3.4 – A documentação apresentada na primeira sessão de recepção credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

4 – PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes n° 1, 2 e 3)

4.1 – Em cumprimento ao artigo 6º da Lei nº 12.232, para proceder a avaliação técnica, as empresas licitantes deverão elaborar um Plano de Comunicação Publicitária, com uma campanha institucional simulada de acordo com o *briefing* descrito pela Contratante. O b*riefing* é um resumo informativo, preliminar ao planejamento e à criação publicitária, que contém, de forma precisa e completa, clara e objetiva, todas as informações que a Entidade deve fornecer à Agência, para orientar o trabalho. A proposta Técnica constituirá em quatro quesitos:
4.1.1 – **Plano de comunicação publicitária**: a licitante apresentará plano de comunicação publicitária, elaborado com base no ***Briefing*** (anexo I deste edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:
4.1.1.1 – **Raciocínio básico**: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de comunicação da (sigla) ;
4.1..1.2 – **Estratégia de comunicação publicitária**: texto em que a licitante:
a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação;
b) 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.

4.1.1.3 – **Ideia criativa:** a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

a) apresentará relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na alínea a do subitem 4.1.1.3.1;

b) apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;

4.1.1.3.1 – Os exemplos de peças:

a) estão limitados ao máximo de cinco, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentados sob forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça,

4.1.1.4 – **Estratégia de mídia e não mídia** – constituída de:

a) 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 PMC;

b) simulação de plano de distribuição de **todas** as peças, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas

4.1.1.4.1 – 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.

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

4.1.1.4.3 – Na simulação de que trata a alínea b do subitem 4.1.1.4:

a) 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;

b) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

c) o valor a ser considerado na campanha simulada é de R$120.000,00 (cento e vinte mil reais); para o período de 30 (trinta) dias.

4.1.2 – **Capacidade de atendimento**: textos em que a licitante apresentará:

a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) 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 cópias simples dos registros no livro de registro da empresa, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do Governo Federal com dados dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e Emprego ou com as respectivas carteiras de trabalho, 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.

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) 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;

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

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

4.1.3.2 – 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/espaço que a divulgou/exibiu/expôs.

4.1.3.3 – As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela PMC;

4.1.3.4 – 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;

4.1.4 – 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 implementadas por anunciantes.

4.1.4.1 – É permitida a inclusão de até três peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.2 – 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 relação prevista na alínea "a" do subitem 4.3.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea "b" do subitem 4.3.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alienas "a" e "b" do subitem 4.3.1.1.4.

4.3 – A critério da PMC, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

5 – PROPOSTA DE PREÇOS (Envelope n° 4)

5.1 – A proposta de preços deverá ser apresentada de conformidade com o estabelecido no Anexo II.I.

6 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

6.1 – Somente as licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnica e de preços, apresentarão os documentos relativos à habilitação, consistentes em:

6.1.1 – Habilitação Jurídica:

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social devidamente registrado, e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, no caso de sociedades por ações;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de registro de pessoas jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

c) a apresentação de todas as alterações contratuais poderá ser substituída pela apresentação do contrato social consolidado e todas as alterações posteriores.

6.1.2 – Regularidade fiscal:

a) prova de inscrição no cadastro nacional de pessoa jurídica – CNPJ(MF);

b) **Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com Efeito de Negativa de Tributos Federais e Dívida Ativa da União,** administrados pela Secretaria da Receita Federal/Ministério da Fazenda. Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) – Portaria n° 1751, de 02 de outubro de 2014, referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, dentro do seu prazo de validade;

c) **Certidão Negativa ou Positiva com Efeito de Negativa de Tributos Estaduais,** do domicílio ou sede do licitante, dentro do seu prazo de validade; e/ou "Declaração de não contribuinte"; (Anexo X)

d) **Certidão Negativa ou Positiva com Efeito de Negativa de Tributos Municipais (Tributos Mobiliários e Imobiliários),** do domicílio ou sede do licitante, dentro do seu prazo de validade.

- Para empresas sediadas em municípios em que a Certidão Municipal não seja conjunta, deverão ser apresentadas Certidão de Tributos Municipais Mobiliários e Certidão de Tributos Municipais Imobiliários.

e) **Certidão Regular** de Débito para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, dentro de seu prazo de validade;

f) **Certidão Negativa ou Positiva com Efeito de Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT**, conforme o inciso IV do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, dentro do prazo de validade;

6.1.2.1 – As empresas de pequeno porte, assim como as microempresas, poderão ter o objeto registrado em seu nome ainda que apresente as certidões fiscais e trabalhista descritas neste tópico se encontrem irregular, desde que cumpram os seguintes requisitos:

6.1.2.1.1 – As microempresas e empresas de pequeno porte, na ocasião de participação de procedimento licitatório, deverão apresentar toda a documentação exigida, para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

6.1.2.1.2 – No caso de haver restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, que terá inicio **no momento em que o proponente for declarado vencedor**,

para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeitos de negativas.
6.1.2.1.3 – No caso de não haver regularização no prazo previsto, implicará na decadência do direito de contratação, sendo esta conduta equivalente às previstas no artigo 81 da Lei 8.666/93, podendo ser convocado os licitantes remanescentes, na ordem de classificação.
6.1.2.2 – As certidões que não apresentarem prazo de validade serão consideradas válidas pelo prazo de sessenta dias, contados da data da respectiva emissão.

6.1.3 – Qualificação Técnica:

a) Atestado de Capacidade Técnica, no mínimo 01 (um) que comprove a aptidão para o fornecimento dos serviços objeto da licitação, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, desde que seus sócios e/ou administradores não mantenham qualquer vínculo de parentesco, até o terceiro grau, com os da empresa destinatária do documento.

- No(s) atestado(s) deverá(ão) constar: Objeto do serviço prestado, Quantitativos, Prazo contratual, com data de início e término e local de prestação dos serviços;
- O(s) atestado(s) deverá(ão) conter a identificação da pessoa jurídica emitente bem como o nome, o cargo, e telefone para contato;

b) Certificado de qualificação técnica fornecido pelo CENP (conselho executivo das normas padrão); como exigência contida na Lei nº 12.232/10.

6.1.4.1 – Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:
a) em nome de licitante e com o n° do CNPJ e endereço respectivo;
b) todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz;
c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

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

QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

6.1.6 - **Certidão Negativa** de Falência ou Concordata/Recuperação Judicial e Extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, dentro de seu prazo de validade. A certidão que não expressar o prazo de validade deverá ter data de expedição não superior a **60 (sessenta) dias.**

DECLARAÇÕES

6.1.7 – **Declaração** da proponente informando que não está declarada inidônea do direito de licitar em órgãos públicos da administração direta ou indireta, nas esferas Federal, Estadual e Municipal, conforme Modelo em anexo (anexo V);
6.1.8 – **Declaração** da proponente informando que recebeu todos os elementos e informações para o cumprimento das obrigações objeto desta licitação, assinada por representante legal ou procurador da empresa, conforme modelo em anexo (anexo VI);
6.1.9. -- **Declaração da licitante** de cumprimento ao artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, assinada por representante(s) legal (is) da empresa, conforme modelo em anexo (Anexo VII);
6.1.10 -Declaração expressa da empresa proponente de sujeição ao edital e inexistência de fato supervenientes impeditivos da habilitação (Anexo IX).
6.1.11 - Declaração de enquadramento de microempresa ou empresa de pequeno porte **(Anexo VIII)**, devidamente assinada pelo representante legal da empresa (para empresas enquadradas como ME ou EPP);
6.1.12 - Declaração de não contribuinte Estadual **(Anexo VII)** devidamente assinada pelo representante legal da empresa;

6.2 **–** Os documentos exigidos para a participação neste **EDITAL** deverão ser apresentados em fotocópia autenticada, ou fotocópia e original as quais poderão ser autenticados por servidor da administração. Em caso de Certidões emitidas pela Internet, valerá o documento original, cuja autenticidade do mesmo poderá ser confirmada pela Comissão de Licitação no respectivo Portal Eletrônico do Órgão Expedidor.
6.3 - Quem deixar de entregar documentação exigida para o certame, ou apresentar documentos falsos, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal, garantido o direito prévio do

contraditório e amplo defesa, ficará impedido de licitar e contratar com a Administração, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, assim como deverá ser descredenciado automaticamente do Cadastro de Fornecedores/Prestadores de Serviço da Secretaria Municipal de Administração por igual período, sem prejuízo da aplicação de outras sanções estabelecidas no edital e no contrato e das cominações legais, podendo ter suspenso ou cancelado o seu Certificado de Registro Cadastral.

Nota: Em caso de paralisação **(greve)** dos servidores de órgãos públicos Federais, Estaduais e Municipais, em qualquer esfera de Poder (Legislativo, Executivo e Judiciário), que impeça a expedição de documentos oficiais, a **habilitação** da licitante ficará **condicionada à apresentação do documento** que não pôde ser apresentado na data da abertura dos envelopes do certame, **em até 05 (cinco) dias úteis após o encerramento da greve**.

7 – JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 – As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por uma subcomissão técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes n° 1 e 3, de caráter público.
7.2 – A CPL receberá os envelopes com as Propostas técnica e de preços, no local, dia e horário determinados neste edital.
7.2.1 – Os envelopes n° 1, fornecidos pela CPL, somente serão por ela recebidos, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.
7.2.2 – A CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados, não identificados, que contém o Plano de comunicação publicitária (envelope n° 1).

7.2.2.1 – O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado, conforme estabelecido no item 3.2.1.1.2 deste edital.

7.2.2.2 – Será vedada a oposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro que contiver a via identificada do plano de comunicação publicitária, que terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa;

7.2.2.3 – Será vedada a oposição ao invólucro destinado às informações (conjunto de informações referentes ao proponente – exposto no item 7.4.1), assim como qualquer elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros do plano de comunicação publicitária;

7.2.2.4 – Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos itens 7.2.3.2 e 7.2.3.3 deste tópico e demais disposições do instrumento convocatório;

7.3 – A CPL abrirá os envelopes n° 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os envelopes n° 1 e 3 à subcomissão técnica para análise e julgamento.
7.4 – Serão levados em conta pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA, prevista no Item 9, como critério de julgamento técnico, os atributos do item 4.

7.4.1 Proposta Técnica

7.4.1.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão julgadas pela Subcomissão Técnica, mediante critério de Técnica e Preço, adotando-se a NOTA máxima de 60 (sessenta) pontos para Proposta Técnica e 40 (quarenta) pontos para Proposta de Preços.
A nota da Proposta Técnica será apurada segundo a metodologia a seguir:

7.4.1.1.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO – NOTA MÁXIMA = 60

7.4.1.1.1.1 <u>Raciocínio Básico: Acuidade de compreensão. Nota Máxima = 8</u>

a) Características da contratante significativas para a comunicação publicitária;
b) Natureza, extensão e qualidade das relações da CONTRATANTE com o seu público;
c) Papel da contratante na área social, política e econômica.

7.4.1.1.1.2 <u>Estratégia de Comunicação Publicitária. Nota Máxima = 8</u>

a) Adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação da contratante;
b) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;

b) Capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação da contratante com a sociedade.

7.4.1.1.1.3 Ideia Criativa. Nota Máxima = 20

a) Adequação ao problema específico de comunicação;
b) Multiplicidade de interpretações pertinentes aos objetivos estratégicos traçados;
c) Cobertura do público-alvo através destas interpretações;
d) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) Simplicidade da forma sobre a qual se apresenta;
f) Pertinência às atividades da contratante e à sua inserção na sociedade;
g) Coesão dos desdobramentos comunicativos, conforme demonstração nas peças apresentadas;
h) Adequação da ideia criativa, ou seja, a linguagem das peças interagindo de maneira uniforme com os meios propostos.

7.4.1.1.1.4 Estratégia de Mídia. Nota Máxima = 10

a) Adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto;
b) Adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido;
c) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público–alvo, adequando os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados;
d) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
e) Economia na aplicação da verba destinada;
f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.4.1.1.1.5 Capacidade de Atendimento. Nota Máxima = 05

a) Adequação da qualificação dos profissionais colocados à disposição da contratante à estratégia de comunicação adotada;
b) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia;
c) Segurança técnica e operacional nos procedimentos contidos na proposta.

7.4.1.1.1.6 Repertório. Nota Máxima = 05

a) A ideia criativa e sua pertinência;
b) A clareza da exposição;
c) A qualidade da execução e do acabamento.

7.4.1.1.1.7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Nota Máxima = 04

a) A concatenação lógica da exposição;
b) A evidência de planejamento publicitário;
c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
d) A relevância dos resultados apresentados.

7.4.1.1.1.8 A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

7.4.1.1.1.9 A nota final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

7.5.1 – Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

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

7.5.2 – A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
7.5.3 – Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da proposta técnica, a licitante que obtiver a maior nota.
7.6 – Será desclassificada a proposta que:
a) não atender às exigências do presente edital e de seus anexos;
b) não alcançar, no total, a nota mínima de setenta pontos;
c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens **7.4.1.1.1.1 a 7.4.1.1.1.3** e **7.4.1.1.1.5** a **7.4.1.1.1.7**
7.7 - Em casso de empate, será considerado como classificado em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação , sucessivamente, nos requisitos correspondentes aos subitens **7.4.1.1.1.1; 7.4.1.1.1.5 ; 7.4.1.1.1.6 e 7.4.1.1.1.7**
7.8 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato publico marcado pela **CPL,** cuja data será divulgada na forma do item 11 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8. VALOR DA PROPOSTA DE PREÇO

8.1 - A proposta de Preço das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecida neste edital e em seus anexos.
8.2 - A proposta comercial abrange os descontos que serão oferecidos pelos licitantes relativos a custos internos da agência, bem como os honorários a serem cobrados do contratante, referentes à produção de peças.
8.3 - A proposta comercial deverá conter, sob pena de desclassificação:
a) O desconto sobre os custos internos de produção da própria licitante, apurado em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO), em observância ao inciso XXI do art. 27 da Constituição do Estado do Paraná.
b) O desconto a ser concedido na remuneração de 15% (quinze por cento) sobre a contratação de serviços de terceiros no processo de produção.
8.4 - **A nota da Proposta de Preços está limitada ao máximo de 40 (quarenta) pontos** e será apurada conforme metodologia a seguir:
8.4.1 Percentual de Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do SINAPRO PR (**Sindicato das Agências de Propaganda**):
8.4.1.1 - Desconto de 10% = 6 pontos.
8.4.1.2 - Desconto de 20% = 10 pontos.
8.4.1.3 - Desconto de 30% = 14 pontos.
8.4.1.4 - Desconto de 50% = 20 pontos.
8.4.2 - Percentual de desconto sobre honorários referentes à produção de peças e materiais, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros (sobre a comissão de 15%):
8.4.2.1 - Desconto de 10% = 10 pontos (comissão equivalente a 13,5%).
8.4.2.2 - Desconto de 20% = 15 pontos (comissão equivalente a 12%).
8.4.2..3 - Desconto de 33,3% = 20 pontos (comissão equivalente a 10%).
8.4.3 - No valor proposto deverão estar computados todos os valores necessários para o atendimento do objeto da presente licitação, tais como tributos, encargos diretos e indiretos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas e tarifas, fretes, seguro, custos inerentes à aquisição, transporte, armazenamento e utilização de materiais a serem empregados na execução do serviço.
8.4.4 - Também será considerada como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos por tempo limitado, ou total e definitiva.
8.4.5 - 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.
8.5.5 - 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 dispostos no art. 18 da Lei nº 12.232/10.
8.5.6 - Se Houver empate, será considerado como de valorização menor a proposta que apresentar as sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes a produção de peças e materiais cuja a distribuição não proporcione a licitante o descontos de agencias concedido pelo veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores; o menos percentual de honorários incidentes sobre os custos de outros serviços realizado por fornecedores; o maior percentual de descontos sobre os custos internos.
8.5.7 - Quando todos as licitantes forem desclassificadas, a CPL poderá fixa o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas escoimadas das causas que ensejam a desclassificação.

9. SUBCOMISSÃO TECNICA

9.1 - A Subcomissão técnica será constituída de acordo com o previsto no artigo 10º da Lei nº 12.232/2010, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação

9.2 - A escolha nos membros da Subcomissão Técnica ocorre através de Chamada Publica com sorteiro.

10. PROCEDIMENTOS LICITATORIOS

10.1 - A exceção do julgamento das propostas técnicas (envelopes nº 01 e 03) que será realizado pela subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da CPL

A) Serão realizadas cinco reuniões públicas, observando os procedimentos neste Edital e na legislação em vigor.
B) Serão Lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da CPL ou da Subcomissão, conforme, o caso e pelos representantes das licitantes presentes.
C) Os representantes das licitantes presentes poderão nomear um comissão constituída alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões publicas,decisão que constará da respectiva ata.
D) A CPL poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder a vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para realização dos serviços objetos desta CONCORRÊNCIA.
E) A CPL poderá, no interesse da PMC, revelar omissões puramente formais na nas Propostas Apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter, competitivo desta CONCORRÊNCIA e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela CPL.
F) Antes do aviso oficial do resultado desta CONCORRÊNCIA, não serão fornecidas a quem quer que seja, qualquer informação referente a adjudicação dos contratos ou a análise, avaliação ou comparação entre as proposta.
G) Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a CPL ou a subcomissão técnica no processo de julgamento das propostas resultara na sua desclassificação.
H) A CPL poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspende-la , em função do desenvolvimento dos trabalhos , obedecidas as normas legais aplicáveis.

10.2 - A primeira fase da primeira reunião publica será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte Pauta;

a) identificar os representantes das licitantes por meio do documento exigido no subitem 3.2;
b) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
c) conferir se os envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedira comissão de receber também, todos os seus demais envelopes.
d) abrir os envelopes nº 1 e 3.

10.2.1 - O presidente da CPL solicitará aos representantes dos licitantes ou a um comissão por eles nomeada, que rubriquem todas as folhas contidas nos invólucros nº 1 e 3 e formulem, se for o caso, impugnação relativamente a documentação ou protesto quando ao transcurso desta CONCORRÊNCIA para que constem da ata de reunião.

10.3 - Em ato continuo a CPL encaminhará os envelopes nº 1 e 3, que compõem a Proposta técnica para analisar e julgamento pela Subcomissão Técnica.

a) A analise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feito dentro do estabelecimento no presente Edital, observando os critérios por ele fixados.
b) A Subcomissão Técnica elaborará as Planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilhas totalizadoras correspondentes a soma de pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos:
c) a Subcomissão Técnica desclassificará as propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no edital.

d) Incubirá a Subcomissão Técnica e Elaboração da ata de julgamento do plano de comunicação publicitária (envelope nº1) e encaminhado a CPL, juntamente as propostas, as planilhas com as pontuações e as justificativas escritas das razões que fundamentaram cada caso.
e) De igual forma a subcomissão técnica procederá com relação as matérias contidas no envelope nº 03.

10.3.1 - A apuração do resultado geral das propostas Técnicas ocorrerá em sessão publica observados os seguintes procedimentos:

A) abertura dos envelopes, nº 2 contendo a via identificada do plano de comunicação Publicitária;
B) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;
C) elaboração de planilha geral da proposta Técnica (envelope nº 01 + envelope nº 3) registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;
D) publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com a interposição de licitante classificadas e das desclassificada, abrindo prazo para interposição de recursos nos termos do art .109,inc I "b" da lei nº 8.666/93

10.3.2 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda tendo sido julgado os recursos interposto, serão marcado data, hora e local para abertura dos envelopes nº 4 em sessão pública contendo a Proposta de Preço.

10.3.3. Aberto os trabalhos de julgamento das propostas de preço, serão observados os procedimentos abaixo:

a) abertura dos envelopes nº 4, cujo, documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presente ou por comissão por elas indicadas;
b) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste edital, para elaboração das propostas de preço e julgá-las.
c) identificar a proposta de valorização mínima e dar conhecimento do resultado, aos representantes das licitantes presentes.
d) realizar com a licitantes mais bem classificadas com a Melhor Proposta Técnica – caso não tenha ela apresentado a Proposta de valorização mínima - a negociação prevista no art.46, §1º. inc II da Lei nº 8.666/93, tendo como referencia a Proposta de menor valor preço entre as licitantes classificadas.
e) realizar procedimentos idênticos, no caso de impasse na negociação anterior sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação.
f) declarar vencedora desta CONCORRÊNCIA, a licitante mais bem classificada na proposta de valorização mínima, ou que concordar em praticar o menor preço ofertado pelas licitantes classificadas.
g) publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do que dispõe o art . 109, inc i. 'B" , da Lei 8.666/93

10.3.4 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda tendo sido julgado os recursos interposto, a CPL convocara as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação, na data , local e hora designados, no envelope nº5, contendo os documentos a de habilitação.

10.3.4.1 - No local, a CPL, em sessão pública, receberá os envelopes nº 5 e os abrirá, para analise de sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente edital.

10.3.4.2 - Se o documento de habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final, atenderá ao quanto exigido, ela será habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.

10.3.4.3 - Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada serão abertos sucessivamente os envelopes nº 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação até encontrar aquela que tenha os documentos de habilitação satisfatório, que será o vencedor do pleito.

10.3.4.4 - A decisão quanto a habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicadas abrindo-se prazo para interposição nos termos do art. 11, inc XIII da lei nº 12.232/10.

10.3.4.5 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda tenha sido julgado os recursos interposto, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado a licitante vencedora, conforme estabelecido no artv .11,inc XIV da lei nº 12.323/10.

10.3.5 - Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão a disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados na data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, a PMC promoverá sua destruição.

11. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

11.1. A critério da CPL, todas as decisões referentes a esta CONCORRÊNCIA, poderão ser divulgada conforme a seguir, ressalvada aquelas cuja Publicação no Diário Oficial da PMC e obrigatória:

a) nas reuniões de invólucros;
b) no Diário Oficial da PMC;
c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

12. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1 Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o edital por irregularidade na aplicação da lei, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para o recebimento das propostas, na forma prevista pelo art. 41 §1º da Lei 8.666/93.

12.1.1 As impugnações poderão ser enviadas através do e-mail: licitacao@corbelia.pr.gov.br, ou encaminhados ao Setor de Licitações no protocolo da Prefeitura Municipal de Corbelia, na Rua: Amor Perfeito, Nº 1616, telefone (45) 3242-8810 (ramais 217, 218 e 219) no horário compreendido das 8h00 às 12h00 e das 13h30 às 17h30.

12.2 - A impugnação feita tempestivamente, nos termos do parágrafo 2° do art. 41 da Lei 8.666/93, pelo licitante, não impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

12.3 - Decairá do direito de impugnar os termos do edital perante a administração o licitante que não o fizer na forma prevista acima e tendo-os aceito sem objeção, venha a apontar, depois da abertura dos envelopes, eventuais falhas ou irregularidades.

12.4 - Declarado o vencedor, fracassado ou deserto o lote, qualquer licitante poderá manifestar imediata e motivadamente a intenção de recorrer, cuja síntese será lavrada em ata.

12.4.1 - Caso haja recurso, os interessados poderão apresentar as razões do recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do dia subsequente à realização da sessão, ficando as demais licitantes, desde logo, intimadas para apresentar contrarrazões em igual número de dias, que começarão a correr no dia útil subsequente ao término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos autos, na forma prevista pelo art. 109 da Lei 8.666/93.

12.4.2 - Os recursos e contrarrazões poderão ser enviados através do e-mail: licitacao@corbelia.pr.gov.br , ou encaminhados ao Setor de Licitações no protocolo da Prefeitura Municipal de Corbelia, na Rua: Amor Perfeito, Nº 1616, telefone (45) 3242-8810 (ramais 217, 218 e 219), no horário compreendido das 8h00 às 12h00 e das 13h30 às 17h30.

12.4.3 - O acolhimento de recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13. RECURSO ORÇAMENTARIO

13.1 As despesas com o contrato resultantes desta CONCORRÊNCIA, pelos primeiros seis meses estão estimada em R$ 550.000,00(quinhentos e cinquenta mil reais), as despesas decorrentes da presente licitação correrão a conta dos recursos orçamentários, previsto para 2022 - 02.003.04.131.0020.2.120 – Manutenção da Comunicação Social e Instuticional.

14. CONDIÇOES CONTRATUAIS

14.1 - A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da data de convocação, para assinar o **Contrato**, conforme minuta constante no Anexo XI.

14.2 - Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a PMC poderá a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em

igual ao prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta CONCORRÊNCIA, independentemente da cominação prevista no art .81 da lei nº 8.66/93.

14.3 - Se a licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, a PMC aplicará multa compensatória de 10%(dez por cento), calculada sobre o valor estimado da contratação, alem de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidade prevista na lei nº8.66/93.

14.3.1. O disposto no item anterior não se aplica ás licitantes convocadas na forma do item 14.2.

14.4. O contrato para execução dos serviços objeto deste edital terá a duração de 12(doze) meses, contados a partir do dia de sua assinatura

14.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo da PMC, mediante acordo entre as partes, por ate quatro período igual e sucessivo, nos termos do inciso II do art. 57 Lei 8.666/93.

14.5. A PMC poderá rescindir a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista a contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Leiº8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art 79,§, 2º, da referida Lei

14.6. Será da Responsabilidade da contratada o ônus resultantes de quais ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, preposto ou contratados.

14.7. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidade decorrente de ações judiciais inclusive trabalhista que lhe venham a ser atribuída por força de lei, relacionada com o cumprimento do presente Edital e do Contratado que vier a ser assinado.

14.8. A contratada devera prestar esclarecimento, a PMC, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de Solicitação.

14.9. - É vedado a contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente CONCORRÊNCIA para qualquer operação financeira.

14.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigida nesta CONCORRÊNCIA.

15. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

15.1 A remuneração a contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das clausulas 8 e 9 da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preço ou, quando for o caso, de Acordo com os preços negociados na Forma prevista no Sbuitem10.3.4, “d”.

15.2. A forma e as condições de pagamentos são contestada clausula 11 da minuta do contrato .

15.3. O pagamento será efetuado mediante deposito em conta corrente bancaria a ser indicada pela licitante vencedora.

15.3.1 Os Custos e as despesas de veiculação apresentado pela PMC para pagamento deverão ser acompanhado da demonstração do valor deve ao veículos, de sua tabela de preços , dos pedidos de inserção correspondente , bem como relatório de checagem.

15.3.2. As notas fiscais/faturas devem ser emitidas pelos veículos e fornecedores contra a PREFEITURA MUNICIPAL DE CORBELIA aos cuidados da licitante vencedora, e conter no histórico, a descrição completa do serviço prestado.

16. DA VIGENCIA

16.1. Do contrato será de 12 (doze) meses, contados da assinatura da mesma.

16.2. Do contrato, por se tratar de prestação de serviços a serem executados de forma contínua, o instrumento contratual poderá ter a sua duração prorrogada por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a administração, limitada a sessenta meses, conforme inciso II do art. 57 da Lei 8.666/93.

17. DA ALTERAÇÃO DOS PREÇOS

17.1. O valor eventualmente contratado, para o caso de serviço contínuo, poderá ser reajustado, com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), na periodicidade mínima admitida de um ano, desde que em conformidade ao disposto pela Lei Federal nº 8666/1993.

18. DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO – DO AUMENTO E SUPRESSÃO

18.1. O contrato pode ser alterado nos casos previstos no art. 65 da Lei Federal n° 8.666/93, desde que haja interesse da Administração, com a apresentação das devidas justificativas.
18.2. A empresa vencedora obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato, que, a critério da Administração, se façam necessários, ou a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes, conforme disposto nos parágrafos 1°e 2°, inciso II do artigo 65 da Lei n°8.666/93.
18.3. Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido neste item, exceto as supressões resultantes de acordo entre as partes.

19. PENALIDADES

19. 1 Na forma prevista pelo Decreto Municipal, a empresa vencedora ficará sujeito, no caso de inadimplemento de obrigação assumida, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, às seguintes penalidades:

a) advertência, aplicada nos seguintes casos:

a.1) descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente ou através de ata de registro de preços, por culpa exclusiva a empresa vencedora .

a.2) outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços da Administração, a critério da Administração, desde que não caiba a aplicação de sanção mais severa.

b) multa, a ser recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a contar da comunicação oficial, nas seguintes hipóteses:

b.1) 0,5% (cinco décimos por cento), sobre o valor contratado/empenhado, caso a empresa vencedora não inicie a prestação dos serviços/entrega dos produtos no prazo e demais condições avençadas, por dia de atraso injustificado, limitada sua aplicação até o máximo de 10 (dez) dias.

b.2) 5% (cinco por cento) sobre o valor contratado/empenhado, caso a prestação ou entrega seja realizada de forma incompleta ou em desconformidade com as condições avençadas, por dia de irregularidade na prestação dos serviços/entrega dos produtos, limitada sua aplicação até o máximo de 10 (dez) dias.

b.3) 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato/ata de registro de preço, no caso da inexecução total do contrato/ata de registro de preços

c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos, bem como, impedimento da participação da sancionada em procedimentos promovidos pela Administração, para as condutas a seguir discriminadas:

c.1) deixar de entregar documentação exigida para o certame e/ou recusar-se injustificadamente, após ser considerado adjudicatário, a assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração;

c.2) não mantiver sua proposta;

c.3) abandonar a execução do contrato;

c.4) incorrer em inexecução do contrato;

d) Declaração de inidoneidade para licitar e 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, para as seguintes condutas:

d.1) fizer declaração falsa na fase de habilitação;

d.2)apresentar documento falso;

d.3) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o procedimento;

d.4) afastar ou procurar afastar participante, por meio de violência, grave ameaça, fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;

d.5) agir de má-fé na relação contratual, comprovada em procedimento específico;

d.6) tenha sofrido condenação judicial definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

d.7) demonstrar não possuir idoneidade para contratar com a Administração, em virtude de atos ilícitos praticados, em especial infrações à ordem econômica;
d.8) tenha sofrido condenação definitiva por ato de improbidade administrativa, na forma da lei.

19.2 **-** Após o 10° dia de atraso, os serviços/produtos poderão, a critério da Administração, não ser mais aceitos, configurando-se inexecução do contrato.
19.3 - Sanções administrativas serão aplicadas em procedimento administrativo autônomo, garantindo-se o contraditório e a ampla defesa a empresa vencedora.
19.4 - As sanções previstas nos itens a, b.3 e c poderão ser aplicadas cumulativamente com as multas previstas nos incisos b.1 e b.2.
19.5 - Quaisquer das penalidades aplicadas serão comunicadas ao Cadastro de Licitantes Municipal e do Estado do Paraná, para a devida averbação.
19.6 - As sanções de natureza pecuniária serão descontadas das faturas emitidas pela empresa vencedora ou, se insuficiente, mediante execução direta, caso seja impossível a compensação com faturas vincendas.
19.7 - O valor remanescente da multa não quitada totalmente deverá ser recolhido à conta do Município de Corbelia.
19.8 - A multa compensatória prevista na alínea b.3 deste artigo tem por escopo ressarcir o Município de Corbelia dos prejuízos, não eximindo a empresa vencedora do dever de integral indenização, caso a referida sanção pecuniária seja insuficiente à recomposição total do dano experimentado.

20. DA EXECUÇÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

20.1 - É designado como gestor do contrato, servidor responsável administrativo para fiscalização da execução dos serviços objeto deste Edital, ao qual compete o acompanhamento da execução do objeto da presente contratação/registro, informando ao gestor do contrato/ata de registro de preço as ocorrências que possam prejudicar o bom andamento do contrato/registro de preço e ainda:

I - atestar, em documento hábil, o fornecimento, a entrega, a prestação de serviço, após conferência prévia do objeto contratado encaminhar os documentos pertinentes ao gestor para certificação;
II - confrontar os preços e quantidades constantes da nota fiscal com os estabelecidos na ata/no contrato;
III - verificar se o prazo de entrega, especificações e quantidades encontram-se de acordo com o estabelecido no instrumento de registro ou contratual;
IV - comunicar ao gestor eventuais atrasos nos prazos de entrega e/ou execução do objeto, bem como os pedidos de prorrogação, se for o caso;
- acompanhar e controlar, quando for o caso, o estoque de materiais de reposição, destinado à execução do objeto contratado, relativamente à qualidade e quantidade necessárias e /ou previstas contratualmente
V - observar que os prestadores de serviços se apresentem uniformizados e/ou com crachá de identificação quando estipulado em ata/contrato;
VI - acompanhar a execução contratual, informando ao gestor do contrato as ocorrências que possam prejudicar o bom andamento da obra, do fornecimento ou da prestação do serviço, por meio do termo anexado a presente instrução;
VII - informar, em prazo hábil no caso de haver necessidade de acréscimos ou supressões no objeto do contrato ao gestor da ata/do contrato;
VIII - emitir e controlar, periodicamente, as ordens de serviço necessárias para a execução do objeto registrado/contratado;
IX – Realizar as medições e responsabilizar-se pelos pagamentos das notas fiscais, acompanhando obrigatoriamente todas as etapas do processo de quitação de débitos com a registrada/contratada.

20.2 - A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da empresa vencedora do certame, pelos danos causados a Administração ou a terceiros, resultantes de ação ou omissão culposa ou dolosa de quaisquer de seus empregados ou prepostos.
20.3 - A ação ou omissão, total ou parcial, da fiscalização da Administração, não elide nem diminui a responsabilidade da empresa quanto ao cumprimento das obrigações pactuadas entre as partes, responsabilizando esta quanto a quaisquer irregularidades resultantes de imperfeições técnicas, emprego de

material inadequado ou de qualidade inferior, que não implicarão corresponsabilidade da Administração ou do servidor designado para a fiscalização.

20.4 - À Administração não caberá qualquer ônus pela rejeição dos serviços considerados inadequados.

20.5 - Por força do contido no art. 68, da Lei n. 8.666/93, a Administração, por ocasião da assinatura do contrato, deverá indicar preposto, aceito pelo fiscal do contrato, para representá-la sempre que for necessário.

20.6 - Ao preposto da empresa vencedora competirá, entre outras atribuições:

a) representar os interesses da empresa perante a Administração;
b) realizar os procedimentos administrativos junto a Administração;
c) manter a Administração informada sobre o andamento e a qualidade dos serviços prestados;
d) comunicar eventuais irregularidades de caráter urgente, por escrito, ao fiscal da ata/do contrato com os esclarecimentos julgados necessários.

20.7 – A CONTRATADA deverá emitir relatórios periódicos que demonstrem a efetiva veiculação das peças publicitárias por tipo de mídia, conforme art. 15 e art. 16 da Lei n° 12.232/2010, a fim de possibilitar a fiscalização do referido contrato.

21. DISPOSIÇÕES FINAIS

21.1 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

21.2 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

21.3 Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do processo ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

21.4 Correrão por conta da PMC as despesas que incidirem sobre a formalização do processo, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município de Corbelia, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

21.5 Qualquer esclarecimento ou informação sobre o assunto deste EDITAL poderá ser obtido com a Comissão Permanente de Licitação, EXCETO A REVISÃO PRÉVIA DA DOCUMENTAÇÃO na Rua; Amor Perfeito, nº 1616, telefone (45) 3242-8810, no horário compreendido das 8h00 às 12h00 e das 13h30 às 17h30, ou através do e-mail licitacao@corbelia.pr.gov.br.

21.6 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que a CPL dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, sem informar a identidade da licitante consulente, mediante divulgação no site da PMC – www.corbelia.pr.gov.br.

21.7 O MUNICÍPIO reserva-se o direito de anular ou revogar a presente licitação, sem que caiba aos proponentes qualquer reclamação ou indenização;

21.8 No caso da recusa da conclusão dos serviços pela empresa vencedora, prevalecerá o disposto no art. 64 da Lei nº 8666/93

21.9 No recebimento dos serviços, objeto desta licitação, serão observadas as disposições estabelecidas da Lei nº 8.078, de 11/09/90 do Código de Defesa do Consumidor;

21.10 O MUNICÍPIO reserva-se, ainda, o direito de PARALISAR ou SUSPENDER a qualquer tempo os serviços objeto da presente licitação, mediante o pagamento único e exclusivo daqueles já efetivados;

21.11 O MUNICÍPIO rejeitará no todo ou em parte, os serviços em desacordo com o exigido neste EDITAL;

21.12 Cópia deste Edital está disponibilizada no endereço eletrônico: www.corbelia.pr.gov.br.

21.13 Integram este edital os seguintes anexos:

a) Anexo I – Briefing;
b) Anexo II – Termo de Referência;
c) Anexo II.I – Relação dos itens da licitação e valor da licitação;
d) Anexo III – Modelo de Procuração;
e) Anexo IV – Planilha de Preço Sujeito a Valoração;
f) Anexo V – Modelo de Declaração de Idoneidade; **(envelope da habilitação - envelope n°05)**
g) Anexo VI – Modelo de Declaração de recebimento de documentos; **(envelope da habilitação – envelope n°05)**

h) Anexo VII – Modelo de declaração de inexistência de empregado menor no quadro da empresa empregadora**; (envelope da habilitação – envelope n°05)**

i) Anexo VIII – Modelo de Declaração de enquadramento de micro empresa ou empresa de pequeno porte; **(envelope da habilitação – envelope n°05)**

j) Anexo IX – Modelo de Declaração de sujeição ao edital e inexistência de fato superveniente; **(envelope da habilitação – envelope n°05)**

k) Anexo X -– "Declaração de não contribuinte Estadual;

l) Anexo XI – Minuta de Contrato;

Corbelia, 25 de Agosto de 2022.

Giovani Miguel Wolf Hnatuw

Prefeito Municipal

ANEXO I

BRIEFING

1. Histórico de Corbélia

Corbélia é um município da Região Oeste do Paraná, era distrito de Cascavel e atraves da Lei Estadual n. 4382 de 10 de junho de 1961 foi emancipdo e fundado em 08 de dezembro de 1961. Atualmente tem área de 529,137 km², e um índice populacional de mais de 17.117 mil habitantes. Cerca de 80% desta população vive em área urbana.

2. Economia e vocação Agricultura e Industrial

A Vocação Econômica concentra-se na agricultura e parte no polo industrial, em variados ramos como: automotivos, metalúrgicos, embalagens, obras. Outras áreas também registram crescimento, ainda que a menor escala, a exemplo do setor de serviço, do comercio e do segmento turístico.

3. Estrutura de Serviço

O município hoje dispõe de sete escolas municipais, três Centros Municipais de Educação Infantil (Cmeis), dois Colégios Estaduais, seis Unidades Básicas de Saúde (UBS), Centro de Referencia de Asistencia Social – CRAS, Centro Especializado de Assitencia Social – CREAS e também conta com 7 agências bancárias.

4. Estrutura de Governo

Sua estrutura de governo está dividida entre as seguintes Secretarias Municipais:

- Secretaria Municipal da Fazenda e Coordenação Geral
- Secretaria Municipal de Industria , Comercio e Turismo
- Secretaria Municipal de Viação, Obras e Urbanismo
- Secretaria Municipal de Saude
- Secretaria Municipal de Educação e Cultura
- Secretaria Municipal de Esporte e Lazer
- Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social

5. Desafio de Comunicação e objetivos.

5.1 Programa de Desenvolvimento Turístico

Corbélia tem uma forte vertente para o turismo. No seu território estão localizados atrativos que entres eles são as cachoeiras, frequentemente visitado por simpatizantes do vôo livre e da escalada, ciclistas, entre outros. Por acreditar na importância deste segmento para a geração de renda das comunidades, para o fortalecimento dos empreendimentos já instalados e para a construção de um modelo sustentável, em que avanço econômico e preservação ambiental caminhem lado a lado, a Prefeitura Municipal está buscando estratégias de mobilização dos agentes envolvidos, conscientização das comunidades e atração de novos investidores que fomentem a atividade em ampla escala.

5.2 Desafio de Comunicação

Para a concretização do programa, o desafio de comunicação se dá em vários eixos. O trabalho envolve a conscientização das comunidades rurais e urbanas; o engajamento de empreendedores que já investem no município e de outros empreendedores, que almejam investir; e a mobilização de toda a população que deve compreender a importância do fortalecimento da atividade, bem como, atuar de forma favorável a ela. Mas os desafios vão além do âmbito local. O Programa de Desenvolvimento Turístico deve abranger investidores externos, que acreditem no potencial do município, e aqui instalem cafés coloniais, restaurantes, pousadas, hotéis, entre outros. Desta forma, a mobilização deve ser local, mas também externa, requerendo um plano de comunicação específico e incisivo.

5.3 Público Alvo

O público-alvo diz respeito às comunidades diretamente envolvidas no setor turístico (empreendedores locais, produtores rurais, donos de empreendimentos ligados ao setor, etc); à população como um todo para fins de conscientização; e os investidores externos, que devem conhecer o potencial turístico do município bem como os benefícios de investir nele.

5.4 Verba Referencial para proposta técnica

A verba referencial para esta ação específica não deve ultrapassar o valor de R$ 120.000,00 (Cento e vinte mil reais).

6. Recursos Próprios de Comunicação

A Prefeitura Municipal de Corbelia hoje dispõe de um site oficial (www.corbelia.pr.gov.br), bem como uma pagina em redes social (facebook), como recursos próprios de comunicação. Na Região citada para esta campanha também há pontos publico como Escolas e Unidades de Saúde, que podem congregar ações de divulgação do programa.

ANEXO II

TERMO DE REFERÊNCIA

1 - Objeto

Solicita-se a contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para criação, produção, veiculação e controle de campanhas institucionais e publicitárias, conforme especificações abaixo que englobam descritivo detalhado dos serviços:

- 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;
- 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;
- a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2 - Justificativa

Diante das demandas de divulgação e publicidade dos atos realizados por esta Municipalidade, em acordo ao artigo 6º da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, que versa sobre as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda; solicita-se nova contratação de agência de publicidade.

A contratação de serviços publicitários cumpre um papel determinante para a eficácia e mobilização de programas, ações e investimentos realizados pela Prefeitura Municipal, sendo essencial para garantir, através da informação, a adesão da comunidade em programas sociais, campanhas de saúde, Plano Municipal de Vacinação, divulgação de atos oficiais como audiências públicas e discussões sobre leis relativas ao orçamento municipal, entre outros.

Estes temas são apenas alguns exemplos de necessidades existentes, mas cabe ressaltar que a multiplicidade de demandas é notavelmente maior, já que se aplica a todas as secretarias da gestão e iniciativas realizadas pelo gestor.

Além do dever de livre acesso à informação, em cumprimento à Lei nº 12.527/2011, compete à gestão facilitar este acesso ao cidadão, dar transparência às ações do governo, e permitir, de forma cada vez mais ampla, a participação popular no planejamento da cidade, bem como na execução do plano de governo proposto, através de um acompanhamento claro e efetivo.

Neste contexto, as campanhas publicitárias informam o cidadão em múltiplos meios e propostas. Veiculações em mídias sociais, websites, outdoors, jornais impressos de circulação local e regional, campanhas em rádio, materiais gráficos, audiovisuais e aplicativos podem ser citados como as principais ferramentas para tal finalidade. A diversidade destas permite à gestão mobilizar o maior número de moradores, dando ampla visibilidade aos programas implantados.

Cabe ressaltar que não há quantitativo fixo dos serviços contratados, já que a produção dos mesmos é proporcional às demandas da gestão. O prazo de contrato é de 12 meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a administração, limitada a sessenta meses, conforme inc II do art. 57 da Lei 8.666/93; por se tratar de serviço contínuo e essencial.

Os custos, para tanto, são mensurados vide Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Paraná - SINAPRO, que regulamenta a cobrança de serviços deste setor.

3 - Modalidade

Concorrência

4 - Tipo de Julgamento

Técnica e Preço

5 - Valor da licitação

R$ 550.000,00 (quinhentos e cinquentos mil reais)

6 - Origem do Recurso

Recursos próprios.

7 - Dotação Orçamentária

02.003.04.131.0020.2.120 – Manutenção da Comunicação Social e Instuticional.

8 - Estimativa de Preços

Os custos são mensurados vide Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Paraná - SINAPRO, que regulamenta a cobrança de serviços deste setor.

9 - Planilha de itens

Vide Tabela SINAPRO 2021/2022

10- Qualificação Técnica

- 1 Atestado de Capacidade Técnica, expedidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta licitação.
- Certificado de qualificação técnica fornecido pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão);

11 - Métodos de execução

A Comunicação entre licitada e contratante se dará por meio eletrônico, tanto para a solicitação de serviços como para entrega, exceto quando se tratar de produtos físicos, neste caso entregues na sede desta Prefeitura. Os prazos para entrega dos materiais serão previamente combinados.

12 - Deveres e obrigações do contratado e contratante

Além das obrigações previstas no modelo básico de edital, acrescentar:

12.1 - Obrigações do contratado:

- Comprometer-se com a cessão total e definitiva para o contratante, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, spots de rádio, vídeos para televisão, audiovisuais, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- Reparar, corrigir, remover, reconstruir e substituir, às suas exclusivas expensas e responsabilidade, no todo ou em parte, o objeto contratado, se forem verificados vícios, defeitos ou incorreções, salvo quando o defeito for, comprovadamente, provocado manuseio indevido.
- Observar, rigorosamente, as especificações e técnicas pertinentes a cada serviço a ser executado, assumindo inteira responsabilidade pela execução e eficiência do serviço contratado, de acordo com as especificações técnicas do Edital de Licitação.
- Prestar à Administração, sempre que necessário ou por esta solicitado, esclarecimentos e informações acerca dos serviços a serem executados e materiais a serem empregados, fornecendo toda e qualquer orientação que possa ser dada para acompanhamento e apreciação dos mesmos.

13 - Fiscalização e gerenciamento do contrato

Gestor do contrato será designado pelo Secretario da Fazenda e Coordenação Geral
Sr. Dangelles Decki.

14 - Briefing

1 - AVALIAÇÃO TÉCNICA

1.1 - Em cumprimento ao artigo 6º da Lei nº 12.232, para proceder a avaliação técnica, as empresas licitantes deverão elaborar um Plano de Comunicação Publicitária, com uma campanha institucional simulada de acordo com o *briefing* descrito pela Contratante. O b*riefing* é um resumo informativo, preliminar ao planejamento e à criação publicitária, que contém, de forma precisa e completa, clara e objetiva, todas as informações que a Entidade deve fornecer à Agência, para orientar o trabalho.

1.2 - A Simulação da Campanha Publicitária deverá observar os seguintes pontos:

1.2.1 - A campanha simulada deve apresentar verba compatível ao solicitado e duração de 30 (trinta) dias, incluindo custos de produção e veiculação.

1.2.2 - Para fins de cálculo da distribuição de verba para a produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de R$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais).

1.2.3 - Fica a critério da licitante os veículos a serem considerados na simulação de mídia, entretanto, a apresentação do material - ainda quando utilizadas mídias eletrônicas - deverá ser encaminhado em formato impresso.

1.2.4 - Com relação à campanha publicitária simulada vencedora, fica a critério do Contratante decidir pela sua produção e veiculação, ou não, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

2 - JULGAMENTO

2.1 **-** De acordo com o previsto no artigo 10º da Lei nº 12.232, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

2.2 **-** A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

3 - CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO

3.1 - As Propostas Técnicas das licitantes serão julgadas pela Subcomissão Técnica, mediante critério de Técnica e Preço, adotando-se a nota máxima de 60 (sessenta) pontos para Proposta Técnica e 40 (quarenta) pontos para Proposta de Preços. Com base nisto, serão levados em consideração os seguintes fatores:

3.1.1 Proposta Técnica

3.1.1.1 A nota da Proposta Técnica será apurada segundo a metodologia a seguir:

3.1.1.1.1 Plano de Comunicação – Nota Máxima = 60

3.1.1.1.1.1 Raciocínio Básico: Acuidade de compreensão. Nota Máxima = 8

a) Características da contratante significativas para a comunicação publicitária;
b) Natureza, extensão e qualidade das relações da CONTRATANTE com o seu público;
c) Papel da contratante na área social, política e econômica.

3.1.1.1.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária. Nota Máxima = 8

a) Adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação da contratante;
b) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
b) Capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação da contratante com a sociedade.

3.1.1.1.1.3 Ideia Criativa. Nota Máxima = 20

a) Adequação ao problema específico de comunicação;
b) Multiplicidade de interpretações pertinentes aos objetivos estratégicos traçados;

c) Cobertura do público-alvo através destas interpretações;
d) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) Simplicidade da forma sobre a qual se apresenta;
f) Pertinência às atividades da contratante e à sua inserção na sociedade;
g) Coesão dos desdobramentos comunicativos, conforme demonstração nas peças apresentadas;
h) Adequação da ideia criativa, ou seja, a linguagem das peças interagindo de maneira uniforme com os meios propostos.

3.1.1.1.1.4 Estratégia de Mídia. Nota Máxima = 10
a) Adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto;
b) Adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido;
c) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público–alvo, adequando os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados;
d) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
e) Economia na aplicação da verba destinada;
f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

3.1.1.1.1.5 Capacidade de Atendimento. Nota Máxima = 05
a) Adequação da qualificação dos profissionais colocados à disposição da contratante à estratégia de comunicação adotada;
b) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia;
c) Segurança técnica e operacional nos procedimentos contidos na proposta.

3.1.1.1.1.6 Repertório. Nota Máxima = 05
a) A ideia criativa e sua pertinência;
b) A clareza da exposição;
c) A qualidade da execução e do acabamento.

3.1.1.1.1.7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Nota Máxima = 04
a) A concatenação lógica da exposição;
b) A evidência de planejamento publicitário;
c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
d) A relevância dos resultados apresentados.

3.1.1.2 A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

3.1.1.3 A nota final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

3.1.2 Proposta de Preços
3.1.2.1 A proposta comercial abrange os descontos que serão oferecidos pelos licitantes relativos a custos internos da agência, bem como os honorários a serem cobrados do contratante, referentes à produção de peças.

3.1.2.2 A proposta comercial **deverá** conter, sob pena de desclassificação:

3.1.2.2.1 O desconto sobre os custos internos de produção da própria licitante, apurado em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (Sinapro), em observância ao inciso XXI do art. 27 da Constituição do Estado do Paraná.

3.1.2.2.2 O desconto a ser concedido na remuneração de 15% (quinze por cento) sobre a contratação de serviços de terceiros no processo de produção.

3.1.2.2.3 **A nota da Proposta de Preços está limitada ao máximo de 40 (quarenta) pontos** e será apurada conforme metodologia a seguir:

3.1.2.2.4 Percentual de Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do SINAPRO PR (**Sindicato das Agências de Propaganda**):

3.1.2.2.4.1 Desconto de 10% = 6 pontos.

3.1.2.2.4.2 Desconto de 20% = 10 pontos.

3.1.2.2.4.3 Desconto de 30% = 14 pontos.

3.1.2.2.4.4 Desconto de 50% = 20 pontos.

3.1.2.2.5 Percentual de desconto sobre honorários referentes à produção de peças e materiais, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros (sobre a comissão de 15%):

3.1.2.2.5.1 Desconto de 10% = 10 pontos (comissão equivalente a 13,5%).

3.1.2.2.5.2 Desconto de 20% = 15 pontos (comissão equivalente a 12%).

3.1.2.2.5.3 Desconto de 33,3% = 20 pontos (comissão equivalente a 10%).

3.1.2.3 No valor proposto deverão estar computados todos os valores necessários para o atendimento do objeto da presente licitação, tais como tributos, encargos diretos e indiretos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas e tarifas, fretes, seguro, custos inerentes à aquisição, transporte, armazenamento e utilização de materiais a serem empregados na execução do serviço.

3.1.2.4 Também será considerada como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos por tempo limitado, ou total e definitiva.

3.1.2.5 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.
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 dispostos no art. 18 da Lei nº 12.232/10.

4 - APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS
4.1 As Propostas Técnica e de Preços deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em **envelopes distintos e separados**, sem identificação, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas.

4.1.1 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, a saber:
Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**: envelope n.º 1
Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: envelope n.º 2;
Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope n.º 3.

4.1.1.1 O envelope n.º 1, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária (**VIA NÃO IDENTIFICADA**) deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n.º 2.

4.1.1.1.1 A **CPL** só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada se estiver acondicionado no envelope nº 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 a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco entre 75 e 90 gramas;

- com espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos, entretítulos e parágrafos;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos, permitido o uso de negrito em títulos, subtítulos e palavras ou frases de destaque;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
- alinhamento justificado no texto;
- em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo, com grampo metálico;
- sem capa e contracapa;
- sem identificação da licitante;
- sem numeração nas páginas;
- as peças da idéia 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 “Idéia 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, conforme prevê o artigo 6º da Lei nº 12.232.

4.1.1.1.4. Os exemplos de peças que integram a “Idéia Criativa”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope n.º 1.

4.1.2 O Plano de Comunicação Publicitária, **Via Identificada**, deverá ser apresentado no envelope n.º 2, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N.º 2
PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária
VIA IDENTIFICADA: (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)
Razão Social da Licitante:
CNPJ/MF:
CONCORRÊNCIA n.º_____.

4.1.2.1. O envelope n.º 2 deverá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.
4.1.2.1.1. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, sem os exemplos de peças que ilustram a “Idéia 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 informados no envelope n.º 3, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N.º 3
PROPOSTA TÉCNICA: (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação)
Razão Social da Licitante:
CNPJ/MF:
CONCORRÊNCIA n.º_____.

4.1.3.1. O envelope n.º 3 será providenciado pela 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. O envelope n.º 3 e os documentos nele condicionados (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 2.

4.1.4. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no envelope n.º 4, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N.º 4
PROPOSTA DE PREÇOS
Razão Social da Licitante:
CNPJ/MF:
CONCORRÊNCIA n.º_____.

4.1.4.1. O envelope n.º 4 será 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 por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
4.2 No ato de entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, o representante da licitante apresentará à **CPL**, o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

4. 3 PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes n.º 1, 2 e 3)

4.3.1 A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

4.3.1.1 **Plano de Comunicação Publicitária**: a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (Anexo deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

4.3.1.1.1 **Raciocínio Básico**: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de comunicação;

4.3.1.1.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária**: texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação;
b) 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.

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

a) apresentará **relação** de **todas** as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato;
b) apresentará **exemplos** de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;

4.3.1.1.3.1 Os exemplos de peças:
a) estão limitados ao máximo de **cinco**, independentemente da estratégia de mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;
b) podem ser apresentados sob forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça;

4.3.1.1.4 **Estratégia de Mídia e não Mídia** – constituída de:
a) 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 PMC;
b) simulação de plano de distribuição de **todas** as peças, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

4.3.1.1.4.1 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.
4.3.1.1.4.2 No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.
4.3.1.1.4.3 Na simulação de que trata a alínea "b" do subitem 4,3,1,1,4:
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 120.000,00; para o período de 30 (trinta) dias.

4.3.1.2 Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:
e) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
f) 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 cópias simples dos registros no livro de registro da empresa, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do Governo Federal com dados dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e Emprego ou com as respectivas carteiras de trabalho, 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.
g) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
h) 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;

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

4.3.1.3.1 Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.
4.3.1.3.2 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/espaço que a divulgou/exibiu/expôs.
4.3.1.3.3 As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela PMC;
4.3.1.3.4 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;

4.3.1.4 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 implementadas por anunciantes.

4.3.2 É permitida a inclusão de até três peças para cada relato, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.3.3 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 relação prevista na alínea “a” do subitem 4.3.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea “b” do subitem 4.3.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alienas “a” e “b” do subitem 4.3.1.1.4.

4.3.4 A critério da PMC, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

5 – BRIEFING

5. Histórico de Corbélia

Corbélia é um município da Região Oeste do Paraná, era distrito de Cascavel e atraves da Lei Estadual n. 4382 de 10 de junho de 1961 foi emancipdo e fundado em 08 de dezembro de 1961. Atualmente tem área de 529,137 km², e um índice populacional de mais de 17.117 mil habitantes. Cerca de 80% desta população vive em área urbana.

5.1 Economia e vocação Agricultura e Industrial

A Vocação Econômica concentra-se na agriultura e parte no polo industrial, em variados ramos como: automotivos, metalúrgicos, embalagens, obras. Outras áreas também registram crescimento, ainda que a menor escala, a exemplo do setor de serviço, do comercio e do segmento turístico.

5.2 Estrutura de Serviço

O município hoje dispõe de sete escolas municipais, três Centros Municipais de Educação Infantil (Cmeis), dois Colégios Estaduais, seis Unidades Básicas de Saúde (UBS), Centro de Referencia de Asistencia Social – CRAS, Centro Especializado de Assitencia Social – CREAS e também conta com 7 agências bancárias.

5.3 Estrutura de Governo

Sua estrutura de governo está dividida entre as seguintes Secretarias Municipais:

- Secretaria Municipal da Fazenda e Coordenação Geral
- Secretaria Municipal de Industria , Comercio e Turismo
- Secretaria Municipal de Viação, Obras e Urbanismo
- Secretaria Municipal de Saude
- Secretaria Municipal de Educação e Cultura
- Secretaria Municipal de Esporte e Lazer
- Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social

6. Desafio de Comunicação e objetivos.

6.1 Programa de Desenvolvimento Turístico

Corbélia tem uma forte vertente para o turismo. No seu território estão localizados atrativos que entres eles são as cachoeiras, frequentemente visitado por simpatizantes do vôo livre e da escalada, ciclistas, entre outros. Por acreditar na importância deste segmento para a geração de renda das comunidades, para o fortalecimento dos empreendimentos já instalados e para a construção de um modelo sustentável, em que avanço econômico e preservação ambiental caminhem lado a lado, a Prefeitura Municipal está buscando estratégias de mobilização dos agentes envolvidos, conscientização das comunidades e atração de novos investidores que fomentem a atividade em ampla escala.

6.2 Desafio de Comunicação

Para a concretização do programa, o desafio de comunicação se dá em vários eixos. O trabalho envolve a conscientização das comunidades rurais e urbanas; o engajamento de empreendedores que já investem no município e de outros empreendedores, que almejam investir; e a mobilização de toda a população que deve compreender a importância do fortalecimento da atividade, bem como, atuar de forma favorável a ela. Mas os desafios vão além do âmbito local. O Programa de Desenvolvimento Turístico deve abranger investidores externos, que acreditem no potencial do município, e aqui instalem cafés coloniais, restaurantes, pousadas, hotéis, entre outros. Desta forma, a mobilização deve ser local, mas também externa, requerendo um plano de comunicação específico e incisivo.

6.3 Desafio de Comunicação

Para a concretização do programa, o desafio de comunicação se dá em vários eixos. O trabalho envolve

7. Público Alvo

O público-alvo diz respeito às comunidades diretamente envolvidas no setor turístico (empreendedores locais, produtores rurais, donos de empreendimentos ligados ao setor, etc); à população como um todo para fins de conscientização; e os investidores externos, que devem conhecer o potencial turístico do município bem como os benefícios de investir nele.

8. Verba Referencial para proposta técnica

A verba referencial para esta ação específica não deve ultrapassar o valor de R$ 120.000,00 (Cento e vinte mil reais).

9. Recursos Próprios de Comunicação

A Prefeitura Municipal de Corbelia hoje dispõe de um site oficial (www.corbelia.pr.gov.br), bem como uma pagina em redes social (facebook), como recursos próprios de comunicação. Na Região citada para esta campanha também há pontos publico como Escolas e Unidades de Saúde, que podem congregar ações de divulgação do programa.

ANEXO II.I

RELAÇÃO DE ITENS E VALOR DA LICITAÇÃO

OBJETO: Contratação de Agência de publicidade e propaganda para criação, produção, veiculação e controle de campanhas institucionais e publicitárias para Prefeitura Municipal de Corbélia.

Valor Global: R$ 550.000,00 (quinhentos e cinquenta mil reais).

Item	Descrição	Unidade	Quant.	Valor Máx. Unit.	Valor Máx. Total.
01	Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para criação, produção, veiculação e controle de campanhas institucionais e publicitárias, conforme especificações abaixo que englobam descritivo detalhado dos serviços: • 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; • 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; • a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados; • a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.	Serviço	01	R$ 500.000,00	R$ 550.000,00

ANEXO III
MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante:
Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc)
Outorgado:
O representante qualificado
Objeto
Representar a outorgante na CONCORRÊNCIA nº 005.2022
Poderes:
Apresentar propostas e, se for o caso, documentação, participar de sessões públicas de propostas e documentos de habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensável ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-.....de ..... 2022.

EMPRESA CARGO E NOME
Observações: se particular, a produção será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO IV
PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

Objeto

Representar a outorgante na CONCORRÊNCIA nº 005.2022.

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do SINAPRO/PR (Sindicato das Agências de propaganda): _ _ % (por cento);
b) Percentual de desconto sobre honorários referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros (sobre a comissão de 15%): _ % (por cento);

..... -....., de.....de 2022.

(nome da licitante)

_____
Representante legal

ANEXO V
DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

Declaramos para os fins de direito, na qualidade de proponente do procedimento licitatório, sob a modalidade CONCORRÊNCIA nº 005.022 instaurado por essa Comissão de Licitação, que não fomos declarados inidôneos para licitar ou contratar com o Poder Público, em qualquer de suas esferas.
Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Corbélia, ...DE.....DE.....

_____
Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:.....

RG Nº.....
CPF Nº.....

ANEXO VI
DECLARAÇÃO DE RECEBIMENTO DE DOCUMENTOS E INFORMAÇÕES

A empresa....., inscrita no CNPJ sob o N°....., sediada à , DECLARA sob as penas da Lei que cumpre plenamente os requisitos de habilitação para a participação no presente processo licitatório e DECLARAMOS ainda, que recebemos todos os elementos e informações necessárias para o cumprimento das obrigações objeto da Licitação N º 222.2022 a realizar-se no dia ...../...../..... as hs.
Por ser verdade firmo o presente.

Corbélia, ...DE.....DE.....

_____
Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:.....

RG Nº.....
CPF Nº.....

ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE EMPREGADOS MENORES

CONCORRÊNCIA Nº 005.2022.

(Nome da Empresa), CNPJ/MF Nº, sediada, (Endereço Completo) Declaro que não possuímos, em nosso Quadro de Pessoal, empregados menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, em observância à Lei Federal nº 9854, de 27.10.99, que altera a Lei nº 8666/93.

_____
(Local e Data)

_____
(Nome e Número da Carteira de Identidade do Declarante)

OBS.:

1) Está declaração deverá ser emitida em papel timbrado da empresa proponente e carimbada com o número do CNPJ.
2) Se a empresa licitante possuir menores de 16 anos aprendizes deverá declarar essa condição.

ANEXO VIII

DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

O signatário da presente, o senhor_, representante legalmente constituído da proponente , declara sob penas da Lei, que a mesma está estabelecida sob o regime legal de microempresa ou empresa de pequeno porte, conforme conceito legal e fiscal de nosso orçamento pátrio, podendo usufruir os benefícios da Lei Complementar nº 123/06.
Por expressão da verdade, firmamos à presente.

....., ... de ..... de .....

_____
(Nome, RG e ass. do responsável legal da empresa)

_____
arimbo da empresa.

ANEXO IX

DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO AO EDITAL E INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES IMPEDITIVOS DA HABILITAÇÃO

Ref.: Edital de CONCORRÊNCIA nº 005.2022.

O signatário da presente, em nome da proponente *(inserir o nome da proponente),* declara, expressamente, que se sujeita às condições estabelecidas no edital da Concorrência Pública e respectivos modelos, adendos, anexos e documentos e que acatará integralmente qualquer decisão que venha a ser tomada pelo licitador.

Declara, ainda, para todos os fins de direito, a inexistência de fatos supervenientes impeditivos da qualificação ou que comprometam a idoneidade da proponente nos termos do Artigo 32, parágrafo 2º, e Artigo 97 da Lei 8.666/93 e suas alterações, e que está ciente da obrigatoriedade declarar ocorrências posteriores.

Local,_ de de ____

_____
Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:.....
RG Nº.....
CPF Nº.....

ANEXO X

DECLARAÇÃO DE NÃO CONTRIBUINTE ESTADUAL

Ref.: Edital de CONCORRÊNCIA nº 005.2022.

O signatário da presente, o senhor __, representante legalmente constituído da proponente_, declara para todos os fins de direito, interessada em participar do referido processo licitatório, declaro, sob as penas da Lei, que a referida empresa, é isenta da incidência de Tributos relativos à Fazenda Estadual

Local,__ de___de _____

_____
Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:.....
RG Nº.....
CPF Nº.....

ANEXO XI
MINUTA DE CONTRATO
CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO N.º ....
PROCESSO LICITATÓRIO N.222.2022 – CONCORRÊNCIA nº 005.2022.
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

Aos XX dias do mês de XXX de 2022, através do presente instrumento particular de "CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO", de um lado, o MUNICÍPIO DE CORBÉLIA, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CGC/MF sob nº 76.208.826/0001-76, com sede na Rua\; Amor Perfeto, n° 1616, nesta cidade, neste ato representado Prefeito Municipal, Senhor. Giovani Miguel Wolf Hnatuw, em conjunto com a Secretário de Fazenda e Coordenção Geral Sr. Dangelles Decki, nos termos permissivos, doravante denominado "CONTRATANTE", e de outro lado, a empresa (NOME DA EMPRESA), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº (NÚMERO DO CNPJ), com sede na (ENDEREÇO DA EMPRESA), neste ato representada pelo Senhor(a) (NOME DO REPRESENTANTE), portador(a) da CI/RG nº (NÚMERO DO RG) da (ÓRGÃO EMISSOR DO
RG) e inscrito no CPF/MF nº (NÚMERO DO CPF), doravante denominada "CONTRATADA", tem justo e convencionado o presente CONTRATO, atendidas as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA:- "DO OBJETO"
O presente CONTRATO tem por objeto a contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para criação, produção, veiculação e controle de campanhas institucionais e publicitárias para Prefeitura Municipal de Corbélia, devidamente autorizado pelo Processo Licitatório CONCORRÊNCIA nº 005.2022, e seus ANEXOS, que ficam fazendo parte integrante do presente em todos os seus itens e condições.

CLÁUSULA SEGUNDA:- "REGIME DE EXECUÇÃO"
A "CONTRATADA", através do presente CONTRATO, obriga-se a executar os serviços indicados na cláusula primeira, obedecendo às diretrizes e locais previamente designados pelo "CONTRATANTE".

CLÁUSULA TERCEIRA:- "DAS RESPONSABILIDADES"
A "CONTRATADA" é responsável pelos danos causados diretamente ao "CONTRATANTE" ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução dos serviços contratados.
§ 1º - São de responsabilidade da "CONTRATADA" todos os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do CONTRATO, sendo que sua inadimplência não transfere ao CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do CONTRATO.

CLÁUSULA QUARTA:- "DA VIGÊNCIA E DOS PRAZOS"
O prazo de vigência do contrato será até 12 (doze) meses, sendo que, tendo em vista a sua característica de continuidade e essencialidade, poderá haver a prorrogação do prazo por até 60 (sessenta) meses, na forma do disposto no art. 57, inciso II da Lei n° 8.666 de 1993.
§ 1º - O prazo para execução dos serviços será conforme demanda solicitada pela Secretaria Municipal de Tecnologia da Informação e Comunicação.
§ 2º - O prazo para retirada da ordem de serviço será de até 02 (dois) dias úteis a contar da data da convocação expressa da "CONTRATADA".
§ 3º Os prazos e obrigações previstos neste CONTRATO vigorarão independentemente de aviso extrajudicial, bem como de interpelação ou notificação judicial.
§ 4º - Os prazos de início de etapas de execução, de conclusão e de entrega admitem prorrogação, mantidas as demais cláusulas do contrato e assegurada a manutenção de seu

equilíbrio econômico financeiro, desde que ocorra algum dos seguintes motivos, devidamente autuados em processo:

I - alteração do projeto ou especificações, pela Administração;

II- superveniência de fato excepcional ou imprevisível, estranho à vontade das partes, que altere fundamentalmente as condições de execução do contrato;

III - interrupção da execução do contrato ou diminuição do ritmo de trabalho por ordem e no interesse da Administração;

IV - aumento das quantidades inicialmente previstas no contrato, nos limites permitidos por esta Lei;

V - impedimento de execução do contrato por fato ou ato de terceiro reconhecido pela Administração em documento contemporâneo à sua ocorrência;

VI - omissão ou atraso de providências a cargo da Administração, inclusive quanto aos pagamentos previstos de que resulte, diretamente, impedimento ou retardamento na execução do contrato, sem prejuízo das sanções legais aplicáveis aos responsáveis.

CLÁUSULA QUINTA:- "DO VALOR E DO PAGAMENTO".

O "CONTRATANTE" pagará em razão do fornecimento dos serviços ora contratados, respeitando o valor global da contratação de R$ «Valor_Contratado».

§ 1º - As despesas decorrentes dos serviços, objeto do presente CONTRATO, serão suportadas com recursos da dotação orçamentária n º 02.003.04.131.0020.2.120 – Manutenção da Comunicação Social e Instuticional.

§2ºDeverão ser apresentadas nas dependências da Secretaria solicitante, as notas fiscais/faturamentos, devendo conter no corpo da nota fiscal as informações a seguir:

a) descrição dos serviços, o número do Empenho, o nome do banco, a agência bancária e o número da conta corrente para depósito do pagamento;
b) Juntamente com a Nota Fiscal de Serviço, deverão ser apresentadas as cópias dos seguintes documentos de suporte:
   b.1) certidão Negativa de Débito – CND do Instituto Nacional de Seguridade Social conjunta com a Certidão Federal -PGFN ;
   b.2) certificado de Regularidade do FGTS;
   b.3) certificado de Regularidade dos Débitos Trabalhistas (CNDT);
   b.4) certificado de Regularidade do Município (do Município sede do contratado);
   b.5) cópia do empenho encaminhado para a empresa para agilizar o recebimento.
c) O pagamento será efetuado no 15º (décimo quinto) dia útil, contado a partir da entrada da Nota Fiscal de Serviços, nas dependências da Secretaria;
d) O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da CONTRATANTE, a/c da CONTRATADA.
e) O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, 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 15º dia útil, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:
   e.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;
   e.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;
   e.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.

f) 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.

f.1) Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

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

CLÁUSULA SEXTA – "REMUNERAÇÃO"

§ 1º - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do SINAPRO/PR (Sindicato das Agências de propaganda): _ _ % (por cento);

b) Percentual de desconto sobre honorários referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros (sobre a comissão de 15%): _ % (por cento);

§ 2º - A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

§ 3º - 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.

§ 4º - 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.

CLÁUSULA SÉTIMA – "DESCONTO DE AGÊNCIA"

§ 1º - Além da remuneração prevista na Cláusula Sexta, 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.

§ 2º - 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.

CLÁUSULA OITAVA – "DOS DIREITOS DAS PARTES"

Constituem direitos do CONTRATANTE:

a) Receber os serviços objeto deste contrato nas condições previstas neste contrato e edital de licitação;
b) Rejeitar, no todo ou em parte, o serviço que estiver em desacordo com as condições descritas no presente contrato;

c) Modificá-los unilateralmente, para melhor adequação às finalidades de interesse público, respeitando os direitos da CONTRATADA;
d) Rescindi-los, unilateralmente, nos casos específicos no inciso I do art. 79 da Lei n°8.666/93.
e) Fiscalizar a execução do presente contrato;
f) Aplicar sanções motivadas pela inexecução total ou parcial do ajuste.

Constituem direitos da CONTRATADA:

a) Perceber o valor pactuado na forma e prazo estabelecidos; CLÁUSULA NONA – "DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES" Constituem obrigações do CONTRATANTE:

a) Auxiliar no esclarecimento de dúvidas que surjam ao longo da execução do objeto contratual;
b) Decidir sobre eventuais dificuldades na execução do objeto da presente contratação;
c) Efetuar o pagamento à CONTRATADA, conforme for estabelecido;
d) Manter, sempre por escrito ou por e-mail com a CONTRATADA, os entendimentos sobre o objeto contratado.
e) Promover, através de seus representantes, o acompanhamento e a fiscalização do contrato, anotando em registro próprio as falhas detectadas e comunicando à CONTRATADA as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas por parte daquele;
f) Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pelos representantes da CONTRATADA, facilitando o acesso e esclarecimento de quaisquer dúvidas relacionadas à execução do contrato;
g) Receber os serviços nos prazos e condições estabelecidos em contrato, assegurando-se da perfeita condição dos mesmos, responsabilizando a CONTRATADA por qualquer dano causado;
h) Notificar a CONTRATADA, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na execução dos serviços, para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;

Constituem obrigações gerais da CONTRATADA:

a) Observar o prazo execução dos serviços;
b) Providenciar a imediata correção das deficiências, falhas ou irregularidades apontadas pelo CONTRATANTE na execução do Contrato;
c) Emitir uma nota fiscal para cada item da planilha da proposta de preços, apresentada na licitação. Notas fiscais emitidas em desconformidade a esta orientação serão devolvidas, sem pagamento.
d) Manter-se, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no edital e seus anexos;
e) Reparar, corrigir, reconstituir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da sua execução;
f) Pagar todas as obrigações fiscais, previdenciárias, comerciais e trabalhistas decorrentes das atividades envolvidas;
g) Executar os serviços, no local e horário definido pela CONTRATANTE;
h) Apresentar na data da assinatura do contrato, nome, endereço e telefone de profissional da empresa para responder pela execução dos serviços/produtos;
i) Comunicar a Prefeitura por escrito, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, quaisquer alterações, acontecimentos ou motivos de força maior que impeçam,

mesmo que temporariamente, de garantir o fornecimento total ou parcial, manter durante todo o período de execução do contrato;

k) Não transferir a terceiros, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente, o presente contrato;

l) Comprometer-se com a cessão total e definitiva para o contratante, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, spots de rádio, vídeos para televisão, audiovisuais, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

m) Observar, rigorosamente, as especificações e técnicas pertinentes a cada serviço a ser executado, assumindo inteira responsabilidade pela execução e eficiência do serviço contratado, de acordo com as especificações técnicas do Edital de Licitação, bem como as normas vigentes da ABNT e INMETRO;

n) Prestar à Administração, sempre que necessário ou por esta solicitado, esclarecimentos e informações acerca dos serviços a serem executados e materiais a serem empregados, fornecendo toda e qualquer orientação que possa ser dada para acompanhamento e apreciação dos mesmos.

CLÁUSULA DÉCIMA - "DAS PENALIDADES"

Na forma prevista pelo Decreto Municipal, a CONTRATADA ficará sujeita, no caso de inadimplemento de obrigação assumida, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, às seguintes penalidades:

a) advertência, aplicada nos seguintes casos:

a.1) descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente, por culpa exclusiva da CONTRATADA.

a.2) outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços da Administração, a critério da Administração, desde que não caiba a aplicação de sanção mais severa.

b) multa, a ser recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a contar da comunicação oficial, nas seguintes hipóteses:

b.1) 0,5% (cinco décimos por cento), sobre o valor contratado/empenhado, caso a CONTRATADA não inicie a prestação dos serviços/entrega dos produtos no prazo e demais condições avençadas, por dia de atraso injustificado, limitada sua aplicação até o máximo de 10 (dez) dias.

b.2) 5% (cinco por cento) sobre o valor contratado/empenhado, caso a prestação ou entrega seja realizada de forma incompleta ou em desconformidade com as condições avençadas, por dia de irregularidade na prestação dos serviços/entrega dos produtos, limitada sua aplicação até o máximo de 10 (dez) dias.

b.3) 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, no caso da inexecução total do contrato.

c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos, bem como, impedimento da participação da sancionada em procedimentos promovidos pela Administração, para as condutas a seguir discriminadas:

c.1) deixar de entregar documentação/amostra exigida para o certame e/ou recusar-se injustificadamente, após ser considerado adjudicatário, a assinar o contrato/ata, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração;

c.2) não mantiver sua proposta;

c.3) abandonar a execução do contrato;

c.4) incorrer em inexecução do contrato

d) Declaração de inidoneidade para licitar e 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, para as seguintes condutas:
d.1) fizer declaração falsa na fase de habilitação;
d.2) apresentar documento falso;
d.3) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o procedimento; d.4)afastar ou procurar afastar participante, por meio de violência, grave ameaça, fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
d.5) agir de má-fé na relação contratual, comprovada em procedimento específico;
d.6) tenha sofrido condenação judicial definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
d.7) demonstrar não possuir idoneidade para contratar com a Administração, em virtude de atos ilícitos praticados, em especial infrações à ordem econômica;
d.8) tenha sofrido condenação definitiva por ato de improbidade administrativa, na forma da lei.

§ 1º - Após o 10° (décimo) dia de atraso, os serviços/produtos poderão, a critério da Administração, não ser mais aceitos, configurando-se inexecução do contrato.
§ 2º - Sanções administrativas serão aplicadas em procedimento administrativo autônomo, garantindo-se o contraditório e a ampla defesa a CONTRATADA.
§ 3º - As sanções previstas nos itens a, b.3 e c poderão ser aplicadas cumulativamente com as multas previstas nos incisos b.1 e b.2.
§ 4º - Quaisquer das penalidades aplicadas serão comunicadas ao Cadastro de Licitantes Municipal e do Estado do Paraná, para a devida averbação.
§ 5º - As sanções de natureza pecuniária serão descontadas das faturas emitidas pela CONTRATADA ou, se insuficiente, mediante execução direta, caso seja impossível a compensação com faturas vincendas.
§ 6º - O valor remanescente da multa não quitada totalmente deverá ser recolhido à conta do Município de Corbélia.
§ 7º - A multa compensatória prevista na alínea b.3 deste artigo tem por escopo ressarcir o Município de Corbélia dos prejuízos, não eximindo a CONTRATADA do dever de integral indenização, caso a referida sanção pecuniária seja insuficiente à recomposição total do dano experimentado.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – "DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO – DO AUMENTO E SUPRESSÃO"
Este contrato pode ser alterado nos casos previstos no art. 65 da Lei Federal n° 8.666/93, desde que haja interesse da CONTRATANTE, com a apresentação das devidas justificativas.
§ 1º - A CONTRATADA obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial deste contrato, que, a critério do CONTRATANTE, se façam necessários, ou a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes, conforme disposto nos parágrafos 1°e 2°, inciso II do artigo 65 da Lei n° 8.666/93.
§ 2º - Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido neste item, exceto as supressões resultantes de acordo entre as partes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – "DA RESCISÃO"
Constituem motivos para rescisão contratual as hipóteses especificadas nos artigos. 77 a 80, da Lei nº 8.666/93, podendo ser aplicada as penalidades descritas no presente instrumento.

A rescisão do presente CONTRATO se dará:

a) AMIGAVELMENTE, por acordo entre as partes contratantes desde que verificada a conveniência para o "CONTRATANTE".
b) UNILATERALMENTE, pelo "CONTRATANTE" diante do não cumprimento, por parte da "CONTRATADA", das obrigações assumidas por esta no presente CONTRATO, e/ou pela verificação das hipóteses previstas nos incisos do art. 78, da Lei n.º 8666/93 e podendo ainda ser rescindido sempre que houver relevante interesse público do "CONTRATANTE", sendo a "CONTRATADA" notificada com a antecedência mínima de 15 (quinze) dias, sem qualquer direito à indenização ou reclamação.
c) JUDICIALMENTE, nos termos da legislação processual em vigor.

§ 1º - Não caberá qualquer direito indenizatório à rescisão amigável.
§ 2º - A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.
§ 3º - Os casos de rescisão contratual deverão ser formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.
§ 4º - A inexecução total ou parcial deste Contrato enseja a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – "DA ALTERAÇÃO DE PREÇOS"

O valor eventualmente contratado, para o caso de serviço contínuo, poderá ser reajustado, com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), na periodicidade mínima admitida de um ano, desde que em conformidade ao disposto pela Lei Federal nº 8666/1993.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – "DO FISCAL DO CONTRATO"

§ 1º - É designado como gestor do contrato, o servidor designado, e o responsável administrativo para fiscalização da execução dos serviços/entrega dos produtos objeto deste Edital, o (a) funcionário (a) relacionado (a), ao qual compete o acompanhamento da execução do objeto da presente contratação, informando ao gestor do contrato as ocorrências que possam prejudicar o bom andamento do contrato e ainda:

I - atestar, em documento hábil, o fornecimento, a entrega, a prestação de serviço ou a execução da obra, após conferência prévia do objeto contratado encaminhar os documentos pertinentes ao gestor para certificação;

II - confrontar os preços e quantidades constantes da nota fiscal com os estabelecidos no contrato;

III - verificar se o prazo de entrega, especificações e quantidades encontram-se de acordo com o estabelecido no instrumento contratual;

IV - comunicar ao gestor eventuais atrasos nos prazos de entrega e/ou execução do objeto, bem como os pedidos de prorrogação, se for o caso;

V - acompanhar e controlar, quando for o caso, o estoque de materiais de reposição, destinado à execução do objeto contratado, relativamente à qualidade e quantidade necessárias e /ou previstas contratualmente; VI - observar que os prestadores de serviços se apresentem uniformizados e/ou com crachá de identificação quando estipulado em contrato;

VII - acompanhar a execução contratual, informando ao gestor do contrato as ocorrências que possam prejudicar o bom andamento da obra, do fornecimento ou da prestação do serviço, por meio do termo anexado a presente instrução;

VIII- informar, em prazo hábil no caso de haver necessidade de acréscimos ou supressões no objeto do contrato ao gestor do contrato;

IX - emitir e controlar, periodicamente, as ordens de serviço necessárias para a execução do objeto contratado;

§ 2º - A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, pelos danos causados ao CONTRATANTE ou a terceiros, resultantes de ação ou omissão culposa ou dolosa de quaisquer de seus empregados ou prepostos.
§ 3º - A ação ou omissão, total ou parcial, da fiscalização da CONTRATANTE, não elide nem diminui a responsabilidade da CONTRATADA quanto ao cumprimento das obrigações pactuadas entre as partes, responsabilizando esta quanto a quaisquer irregularidades resultantes de imperfeições técnicas, emprego de material inadequado ou de qualidade inferior, que não implicarão corresponsabilidade do CONTRATANTE ou do servidor designado para a fiscalização.
§ 4º - Ao CONTRATANTE não caberá qualquer ônus pela rejeição dos serviços considerados inadequados.
§ 5º - Por força do contido no art. 68, da Lei n. 8.666/93, a CONTRATADA, por ocasião da assinatura do contrato, deverá indicar preposto, aceito pelo fiscal deste contrato, para representá-la sempre que for necessário.
§ 6º - Ao preposto da CONTRATADA competirá, entre outras atribuições:

a) representar os interesses da CONTRATADA perante o CONTRATANTE;
b) realizar os procedimentos administrativos junto ao CONTRANTE;
c) manter o CONTRANTE informado sobre o andamento e a qualidade dos serviços prestados;
d) comunicar eventuais irregularidades de caráter urgente, por escrito, ao fiscal do contrato com os esclarecimentos julgados necessários.

§ 7º - A CONTRATADA deverá emitir relatórios periódicos que demonstrem a efetiva veiculação das peças publicitárias por tipo de mídia, conforme art. 15 e art. 16 da Lei n° 12.232/2010, a fim de possibilitar a fiscalização do referido contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – "DIREITOS AUTORAIS"
§ 1º - A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das idéias (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.

1 - O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas.

§ 2º - 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.
§ 3º - Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
§ 4º - 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:

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.
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.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – "DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL"
O presente instrumento contratual rege-se pelas disposições expressas na Lei nº 8.666/93, Lei n° 4.680/65, Lei n° 12.232/10, Lei Estadual n° 15.608/07, Lei n° 8.078/90, e por outras normas de direito público ou privado que melhor tutelem o interesse público (coletivo).

§1º - Eventuais dúvidas sobre a execução e interpretação das Cláusulas do presente contrato serão solucionadas por meio da aplicação do princípio constitucional da proporcionalidade, da boa-fé objetiva (art. 422, do Código Civil) e da função social dos contratos (art. 421 e 2.035, parágrafo único, do Código Civil), bem como de conformidade com os princípios gerais de direito, levando-se em conta sempre e preponderantemente o interesse público (coletivo) a ser protegido/tutelado.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - "DA ABRANGÊNCIA"
O presente CONTRATO obriga as partes, herdeiros e sucessores por todos os termos e cláusulas deste CONTRATO.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - "DA PUBLICIDADE"
Uma vez firmado o presente Contrato terá ele seu extrato publicado no diário oficial do município, pelo Contratante, em cumprimento ao disposto no art. 61, Parágrafo único, da Lei 8.666/93 c/c o art. 31 e seguintes, da Lei Estadual nº 15.608/07.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – "DAS DISPOSIÇÕES FINAIS"
A "CONTRATADA" declara aceitar, integralmente, todos os métodos e processos de inspeção, verificação e controle a serem adotados pelo "CONTRATANTE".
§ 1º - Verificada pela fiscalização do "CONTRATANTE", o abandono dos serviços ou o seu retardamento indevido, poderá a mesma assumir os serviços contratados na situação em que se encontrarem, constituindo os valores não pagos como créditos passíveis de cobrança por parte do "CONTRATANTE" perante a "CONTRATADA", servindo o presente CONTRATO como título executivo, na forma do disposto no art. 585, inciso II, do Código de Processo Civil.
§ 2º - Igualmente, se verificada na execução dos serviços ora contratados, a superveniência de insolvência, concordata ou falência da "CONTRATADA", serão considerados os valores não pagos como créditos privilegiados do "CONTRATANTE", podendo o mesmo prosseguir no final da execução do CONTRATO.
§ 3º - A "CONTRATADA" fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os ACRÉSCIMO ou SUPRESSÕES que se fizerem no valor dos serviços contratados, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do CONTRATO atualizado.
§ 4º - O "CONTRATANTE" reserva-se, ainda, o direito de paralisar ou suspender a qualquer tempo a execução dos serviços, mediante o pagamento único e exclusivo daqueles já entregues.
§ 5º - Os serviços que constituem o objeto do CONTRATO deverão ser executados de acordo com orientação/fiscalização das secretarias envolvidas.
§ 6º - O "CONTRATANTE", direta ou indiretamente, fiscalizará e acompanhará a execução dos serviços.
§ 7º - No recebimento dos serviços, objeto deste CONTRATO, serão observados as disposições estabelecidas na Lei n.º 8.078 de 11.09.90 (Código de Defesa do Consumidor).

CLÁUSULA VIGÉSIMA – "DO FORO"
Fica eleito o Foro da Comarca de CORBÉLIAL
para dirimir quaisquer questões relativas a interpretações, aplicação e execução do presente CONTRATO, renunciando as partes outro qualquer por mais privilegiado que possa ser.
E, por estarem justos e acordados, firmam o presente CONTRATO em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Corbelia, ... de .... de 2022.

Prefeito Municipal

Secretário Municipal da Fazenda e Coordenação Geral
Informação e Comunicação p/CONTRATADA:
Representante Legal da empresa