



CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ
Avenida Papa João XXIII, 239 - CEP 87010-260 - Maringá - PR - <http://www.cmm.pr.gov.br>

EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 3/2023

PROCESSO N. 37/2023-CMM

EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

TIPO DE LICITAÇÃO: Técnica e Preço, aferidos pela maior pontuação, resultado da soma entre a pontuação técnica e a pontuação de preços.

OBJETO: Contratação de 01 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade à Câmara Municipal de Maringá.

FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO: Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, em regime por preço unitário, sob a égide da Lei n. 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais n. 4.680/1965 e n. 8.666/1993.

REFERÊNCIA: Requisição de Compras n. 78/2023.

Os documentos que integram o presente EDITAL estão dispostos em 13 (treze) anexos, a saber:

Anexo I – Objeto;

Anexo II – *Briefing*;

Anexo III – Modelo de Procuração para Credenciamento;

Anexo IV – Modelo de Declaração de Sujeição ao Edital;

Anexo V – Modelo de Declaração de Não Existência de Trabalho de Menores;

Anexo VI – Modelo de Declaração de Idoneidade;

Anexo VII – Modelo de Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte;

Anexo VIII – Modelo de Declaração da Inexistência de Fatos Supervenientes Impeditivos da Habilitação;

Anexo IX – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo X – Planilha de Apuração da Proposta Técnica;

Anexo XI – Planilha de Apuração da Proposta de Preços;

Anexo XII – Modelo de Termo de Desistência de Interposição de Recursos;

Anexo XIII – Minuta de Contrato.

A TOMADA DE PREÇOS será conduzida pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES, através de seu presidente **Pedro Mendes Ferreira Neto**, conforme designação contida nos autos do processo.

A TOMADA DE PREÇOS será realizada no dia **27 de setembro de 2023, às 9 horas**,

na Câmara Municipal de Maringá, na Avenida Papa João XXIII, n. 239, Zona 02, na Cidade de Maringá, Paraná, no recinto do Plenário Dr. Horácio Raccanello Filho, quando deverão ser apresentadas e protocoladas as Propostas Técnicas e as Propostas de Preços, perante a Comissão Permanente de Licitações.

Muito embora os documentos estejam agrupados em ANEXOS separados, todos eles se completam, sendo que a licitante deverá, para a apresentação da PROPOSTA TÉCNICA, da PROPOSTA DE PREÇOS e dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, bem como dos demais documentos, ao se valer do Edital, inteirar-se de sua composição, tomando conhecimento, assim, das condições administrativas e técnicas que nortearão o desenvolvimento da TOMADA DE PREÇOS e a formalização CONTRATUAL, nos termos do que dispõem o art. 62 da Lei Federal n. 8.666/93 e o art. 13 da Lei Federal n. 12.232/2010, de sorte que todos os aspectos mencionados neste Edital e em seus anexos deverão ser observados para a elaboração das propostas e agrupamento dos documentos de habilitação.

A CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ, ESTADO DO PARANÁ, com sede na Avenida Papa João XXIII, n. 239 – Zona 02, nesta Cidade, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar licitação na modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1. DA LICITAÇÃO

1.1. Objeto: A contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de informar o público de interesse, observadas as especificações mínimas e prescrições constantes do Anexo I.

1.1.1. Para a prestação dos serviços, será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.1.2. Os serviços objeto da presente Tomada de Preços serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n. 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.

1.2. Modalidade: TOMADA DE PREÇOS.

1.3. Tipo de Licitação: Técnica e Preço, aferidos pela maior pontuação, resultado da soma entre a pontuação técnica e a pontuação de preços.

1.4. Vigência contratual: O contrato terá vigência e garantia por 12 (doze) meses, a contar da data da assinatura.

1.5. Local, data e horário para recebimento e protocolo da documentação exigida para cadastramento (http://www.cmm.pr.gov.br/camara/cadastro_fornecedor.pdf):

1.5.1. Local: Câmara Municipal de Maringá – Divisão de Licitações e Compras – Avenida Papa João XXIII, n. 239 – Zona 02 – Maringá/PR.

1.5.2. Data: Até o dia 22 de setembro de 2023.

1.5.3. Horário: Até as 18 horas.

1.6. Local, data e horário para recebimento e protocolo dos envelopes e realização da 1.ª Sessão Pública da Tomada de Preços:

1.6.1. Local: Câmara Municipal de Maringá – Plenário Dr. Horácio Raccanello Filho – Avenida Papa João XXIII, n. 239 – Zona 02, Maringá/PR.

1.6.2. Data: 27 de setembro de 2023.

1.6.3. Horário: às 9 horas.

1.7. **Previsão orçamentária:** as despesas decorrentes da execução do objeto da presente licitação correrão às expensas de recursos provenientes da seguinte dotação orçamentária:

- 3.3.90.39.88.00 – Serviços de Publicidade e Propaganda = até R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais);

- 3.3.90.39.90.00 – Serviços de Publicidade Legal.

1.8. **Valor máximo da licitação:** até R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais).

1.9. Dos Anexos:

Anexo I – Objeto;

Anexo II – *Briefing*;

Anexo III – Modelo de Procuração para Credenciamento;

Anexo IV – Modelo de Declaração de Sujeição ao Edital;

Anexo V – Modelo de Declaração de Não Existência de Trabalho de Menores;

Anexo VI – Modelo de Declaração de Idoneidade;

Anexo VII – Modelo de Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte;

Anexo VIII – Modelo de Declaração da Inexistência de Fatos Supervenientes Impeditivos da Habilitação;

Anexo IX – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo X – Planilha de Apuração da Proposta Técnica;

Anexo XI – Planilha de Apuração da Proposta de Preços;

Anexo XII – Modelo de Termo de Desistência de Interposição de Recursos;

Anexo XIII – Minuta de Contrato.

2. DO EDITAL

2.1. O presente Edital estará à disposição dos interessados na Divisão de Licitações e Compras da Câmara Municipal de Maringá, na Av. Papa João XXIII, n. 239 – Zona 02 – Maringá/PR, no site www.cmm.pr.gov.br e no Quadro de Avisos do Poder Legislativo de Maringá.

2.2. O aviso do Edital será divulgado no sítio eletrônico oficial do Poder Legislativo www.cmm.pr.gov.br e no Quadro de Avisos do Poder Legislativo de Maringá e publicado no Órgão Oficial do Município e no Diário Oficial do Estado do Paraná.

2.3. Eventuais alterações do Edital serão disponibilizadas no site www.cmm.pr.gov.br e no Quadro de Avisos do Poder Legislativo de Maringá, observado o disposto no art. 21, § 4.º, da Lei Federal n. 8.666/93.

2.4. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este Edital em virtude de irregularidade na aplicação das Leis Federais n. 12.232/2010 e 8.666/93, por meio de petição escrita dirigida ao Presidente da Câmara Municipal de Maringá.

2.4.1. As impugnações deverão ser encaminhadas à Câmara Municipal de Maringá, localizada na Av. Papa João XXIII, n. 239, Zona 02, nesta cidade, em uma das seguintes formas:

a) **fisicamente**, mediante protocolo junto à Divisão de Licitações e Compras, de segunda a sexta-feira, das 8 horas às 18 horas;

b) mediante protocolo, **via correios**, caso em que o envelope, enviado com Aviso de Recebimento (AR), deverá ser recebido pela Divisão até a data limite definida conforme subitem 2.6; ou

c) **através do e-mail:** licitacao@cmm.pr.gov.br, caso em que o impugnante deverá

entrar em contato com a Divisão de Licitações e Compras, por meio do telefone (44) 3027-4082, a fim de confirmar o recebimento da correspondência eletrônica.

2.4.2. A Câmara Municipal de Maringá não se responsabiliza por atrasos e/ou imprevistos ocorridos via correio ou e-mail, considerando-se a impugnação protocolada na data e hora de atestado do AR (no caso de envio pelos correios) ou da confirmação de leitura do e-mail, em caso de correspondência eletrônica.

2.4.3. A impugnação via e-mail deverá ser protocolada **até as 18 horas do último dia do prazo para a impugnação**. O envio de correspondência eletrônica após o encerramento do expediente da Câmara será considerado **INTEMPESTIVO**.

2.4.4. A impugnação encaminhada após as 18 horas nos demais dias do prazo considera-se protocolada no dia útil subsequente para fins de contagem do prazo de resposta.

2.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 03 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1.º do art. 113 da Lei n. 8.666/1993.

2.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital:

I – o cidadão que não se manifestar até 05 (cinco) dias úteis antes da data marcada para o recebimento das Propostas Técnicas e de Preços (**até 20 de setembro de 2023**);

II – a licitante que não se manifestar até 02 (dois) dias úteis antes da data marcada para o recebimento das Propostas Técnicas e de Preços (**até 25 de setembro de 2023**).

2.6.1. Considera-se licitante, para efeito do inc. II do subitem anterior, a agência que tenha se cadastrado para participação nesta licitação na forma prevista nos subitens 1.5 e 3.1 deste Edital.

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderão participar da presente licitação as agências de propaganda que preencham as condições estabelecidas neste Edital e atendam a todas as **condições exigidas para cadastramento** (http://www.cmm.pr.gov.br/camara/cadastro_fornecedor.pdf) até o terceiro dia anterior à data fixada para a abertura das propostas (**até 22 de setembro de 2023**), observada a necessária qualificação, em conformidade com o que dispõe o art. 22, § 2.º, da Lei Federal n. 8.666/93 e alterações subsequentes.

3.2. Não será admitida nesta licitação a participação de agências de propaganda:

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

b) que tenham sido declaradas inidôneas pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal ou que estejam cumprindo suspensão temporária de participação em licitação ou impedimento de contratar com a Administração;

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

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

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes, empregados ou responsáveis técnicos e legais integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Câmara Municipal de Maringá;

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

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

3.4. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União – CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça – CNJ.

3.5. A participação na presente Tomada de Preços implica para a licitante a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, devendo cumpri-los de modo incondicional, inclusive durante a execução do contrato; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4. DO CREDENCIAMENTO

4.1. As licitantes poderão nomear representante, observadas as seguintes condições:

4.1.1. Será permitida a participação de somente um representante legal, por licitante, com a devida apresentação de instrumento de procuração pública ou particular, com firma reconhecida, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III, observado o disposto no subitem 4.1.3.

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

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

4.1.3. Se o representante da licitante ostentar a condição de sócio, proprietário ou dirigente da agência, ou condição assemelhada, em vez de instrumento público ou particular de procuração, deverá apresentar cópia autenticada do respectivo estatuto/contrato social ou documento equivalente, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

4.1.4. A ausência de representante não invalida a participação da licitante, bem como não interfere no prosseguimento do certame, desde que os envelopes sejam devidamente protocolados conforme disposto no item 5 deste Edital.

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

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

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

a) reconhecimento de firma, desde que apresentado o documento de identidade do(s) signatário(s), para que a Comissão Permanente de Licitações possa lavar sua autenticidade.

b) autenticação de cópia de documento, se apresentado o documento original, para que a Comissão Permanente de Licitações possa atestar sua autenticidade, ou, ainda, quando a autenticidade do documento puder ser verificada mediante confrontação com os documentos constantes do Cadastro de Fornecedores do Poder Legislativo do Município de Maringá.

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

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

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

5. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE

HABILITAÇÃO

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

envelope n. 01 – Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária não identificado);

envelope n. 02 – Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária identificado);

envelope n. 03 – Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento);

envelope n. 04 – Proposta de Preços;

envelope n. 05 – Documentos de Habilitação.

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

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ/PR

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

ENVELOPE N. 02 – PROPOSTA TÉCNICA

DATA ____/____/____

Publicitária)
(Esse envelope deverá conter a **via identificada do Plano de Comunicação**

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ/PR

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

ENVELOPE N. 03 – PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

DATA ____/____/____

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ/PR

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

ENVELOPE N. 04 – PROPOSTA DE PREÇOS

DATA ____/____/____

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ/PR

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

ENVELOPE N. 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

DATA ____ / ____ / ____

5.2.1. O envelope n. 01 (destinado à apresentação da **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária) será padronizado e fornecido previamente pela Câmara Municipal de Maringá e deverá ser retirado na Divisão de Licitações e Compras. Esse envelope deverá ser apresentado sem nenhum tipo de marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante, sob pena de desclassificação.

5.2.1.1. A Câmara Municipal de Maringá também fornecerá previamente os grampos trilhos de plástico padronizados, os quais deverão ser utilizados pelas licitantes para agrupar os documentos referentes à Proposta Técnica.

5.2.2. Os envelopes n. 01, 02, 03 e 04 deverão ser devidamente lacrados e protocolados no local, data e horário **determinados no subitem 1.6**, sendo vedada a remessa via fac-símile, e-mail, telegrama ou qualquer outra forma similar.

5.2.2.1. A licitante que assim o desejar poderá **protocolar antecipadamente** os envelopes n. 01, 02, 03 e 04 perante a Seção de Protocolo Geral ou a Divisão de Licitações e Compras da Câmara Municipal de Maringá, **até 01 (um) dia útil anterior à Sessão Pública de recebimento das propostas, pessoalmente ou via correios, com Aviso de Recebimento (AR), no período das 08 horas às 18 horas.**

5.2.2.1.1 Nesse caso, o fecho dos envelopes n. 02, 03 e 04 deverá estar rubricado pelo representante legal da empresa, a fim de certificar a inviolabilidade de seu conteúdo, observado o disposto no subitem 5.2.1.

5.2.2.1.2. É de inteira responsabilidade da licitante a certificação de que os envelopes chegaram antes da data estipulada no item acima.

5.2.2.1.3. A Câmara Municipal de Maringá não se responsabiliza por atrasos e/ou imprevistos ocorridos na entrega via Correios, considerando-se os envelopes protocolados na data e hora de atestado do Aviso de Recebimento (AR).

5.2.3. O envelope n. 05 deverá ser entregue (devidamente lacrado) em data posterior, designada pela Comissão Permanente de Licitações, apenas pelas empresas classificadas após a apuração do resultado do julgamento das propostas técnicas e de preços, conforme art. 6.º, inc. I, da Lei Federal n. 12.232/2010.

6. DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 03 (três) envelopes, sendo que o primeiro envelope deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada (envelope n. 01); o segundo envelope deverá conter uma cópia do supracitado Plano, sem as peças da Ideia Criativa, com a identificação da licitante (envelope n. 02); e o terceiro com as demais informações da licitante, integrantes da Proposta Técnica (envelope n. 03).

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

6.3. Para efeito de avaliação e elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a licitante deverá apresentar uma campanha institucional simulada, de acordo com as orientações descritas no *Briefing*, constante do Anexo II deste Edital.

6.3.1. Para fins de cálculo da criação, produção e veiculação da campanha institucional simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de **R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)**.

6.3.2. No cálculo da alocação de valores para a criação, produção e veiculação da

campanha institucional simulada, as licitantes deverão considerar:

a) para os custos internos da agência, os valores da Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), vigentes à data de publicação do Aviso de Licitação;

b) para os custos de produção ou execução técnica das peças ou materiais publicitários, os valores de mercado, observado o disposto no subitem 6.3.2.1;

c) para os custos de veiculação em jornais, revistas, rádios, televisões, sites e blogs, os valores de tabela cheia de cada veículo, sem desconto, vigentes à data de publicação do Aviso de Licitação;

d) para publicações impulsionadas/patrocinadas no *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*, os parâmetros de cobertura e alcance estimados em cada plataforma, ficando a critério da licitante a definição dos valores alocados em cada mídia digital, de acordo com a estratégia de mídia sugerida.

6.3.2.1. Nessa simulação, deverão ser desconsiderados os honorários incidentes sobre os custos de serviços especializados prestados por fornecedores externos.

6.3.3. Ficará a critério da Câmara Municipal de Maringá a decisão sobre a produção e a veiculação da campanha institucional publicitária, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

6.3.4. Serão desclassificadas as licitantes que apresentarem propostas com valor superior ao montante referencial máximo, que desatenderem à Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR) ou que consignarem preços inexequíveis.

6.4. O Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no *Briefing*, deverá englobar os seguintes quesitos:

6.4.1. Raciocínio Básico: apresentado na forma de texto, contendo no máximo 02 (duas) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m², fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas e parágrafos de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, em que a licitante deverá demonstrar o seu conhecimento sobre as informações contidas no *Briefing*, descrevendo:

a) uma análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Maringá e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) um diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a sua compreensão acerca dos desafios e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

6.4.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentada sob a forma de texto, contendo no máximo 04 (quatro) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m², fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas de 1,5 (um e meio), sendo 30 (trinta) linhas por lauda, indicando e defendendo as linhas gerais da proposta para superar os desafios e alcançar os objetivos de comunicação, com base no *Briefing*, compreendendo:

a) explicação e defesa do tema e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer; porque dizer e quais meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

6.4.3. Ideia Criativa: apresentada sob a forma de exemplos de peças publicitárias, corporificando sua proposta de solução para os desafios e objetivos de comunicação, conforme explicitado pela licitante na Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.4.3.1. Deverão ser apresentadas SOMENTE as seguintes peças:

a) 01 (um) layout de meia página para jornal de modelo standard, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

b) 01 (um) layout de página inteira para revista, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

c) 01 (um) roteiro para spot de rádio, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de CD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

d) 01 (um) roteiro para vídeo de televisão, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de storyboard, bem como de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

e) 01 (um) layout de banner para a internet (formato a ser definido pela licitante, de acordo com a sua Estratégia de Mídia e Não Mídia), a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

f) 01 (um) layout de post (jpg/gif + texto) para Facebook, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

g) 01 (um) layout de post carrossel (jpg + texto) para Instagram, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

h) 01 (um) roteiro para vídeo vertical para Instagram (1080 x 1920 pixels), a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de storyboard, bem como de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

i) 01 (um) roteiro para vídeo de YouTube, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de storyboard, bem como de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

j) 01 (um) layout para folheto (10 x 15 cm), a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

k) 01 (um) layout para cartaz (42 x 29,7 cm), a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m².

6.4.3.2. A não apresentação de quaisquer das peças relacionadas no subitem precedente ou a sua apresentação com especificação diversa da exigida implica a desclassificação da licitante.

6.4.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, apresentada em papel sulfite A4 75 g/m², constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing*, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças publicitárias apresentadas na Ideia Criativa destinadas à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

6.4.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos custos internos da agência em relação à cada peça publicitária;

d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

e) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária.

6.4.4.2. Todas as peças publicitárias integrantes da relação prevista no subitem 6.4.3.1 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

6.4.4.2.1. As peças para *Facebook*, *Instagram* e *YouTube* poderão ser contempladas por meio de publicações orgânicas e/ou impulsionadas/patrocinadas, a critério de cada licitante, de acordo com a estratégia por ela recomendada para suprir os desafios e os objetivos de comunicação da Câmara Municipal de Maringá.

6.4.4.3. As peças a serem identificadas na Estratégia de Mídia e Não Mídia, para veiculação, exposição ou distribuição, restringem-se àquelas listadas no subitem 6.4.3.1, estritamente conforme as especificações de cada uma, não se permitindo o uso de peça ou elemento não previsto ou de especificação ou tamanho diversos do estabelecido, sob pena de desclassificação.

6.4.4.4. Está autorizada a utilização do meio revista com período de veiculação superior ao previsto no *Briefing*.

6.4.5. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

6.5. A **Capacidade de Atendimento** (envelope n. 03) será composta dos seguintes quesitos:

6.5.1. Currículo Resumido, em papel sulfite A4 75 g/m², com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Câmara Municipal de Maringá, de no máximo 05 (cinco) linhas por profissional, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia.

6.5.2. Repertório da Licitante, constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela agência.

6.5.2.1. A licitante deverá apresentar:

- a) 02 (dois) anúncios ou peças impressas;
- b) 02 (duas) peças para rádio, apresentadas em *pendrive*;
- c) 02 (duas) peças para televisão, apresentadas em *pendrive*.

6.5.2.2. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1.º de janeiro de 2019.

6.5.2.3. As peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A4, agrupadas ao restante do material.

6.5.2.4. Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica, de no máximo 01 (uma) lauda, com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

6.5.2.5. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Câmara Municipal de Maringá, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

6.5.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

6.5.3.1. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 03 (três) laudas. Cada Relato:

I – deverá ser descrito na forma de texto, em papel sulfite A4 75 g/m², fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas e parágrafo de 1,5 (um e meio), sendo 30 (trinta) linhas por lauda;

II – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

III – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

IV – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Câmara Municipal de Maringá, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

6.5.3.2. Os Relatos de que trata o item 6.5.3 devem ter sido implementados a partir do dia 1.º de janeiro de 2019.

6.5.3.3. É permitida a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes

regras:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*;

II – as peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A4, agrupadas ao restante do material;

III – para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica, de no máximo 01 (uma) lauda, com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

6.5.4. Sistemática de Atendimento, em papel sulfite A4 75 g/m², discriminando-se os prazos, não superiores a 10 (dez) dias, a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

6.6. O conjunto de informações a que se refere a Proposta Técnica será avaliado através do Plano de Comunicação Publicitária e da Capacidade de Atendimento de cada licitante.

6.7. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 70 (setenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

6.7.1. Plano de Comunicação Publicitária – 45 (quarenta e cinco) pontos, nos quais:

- a) Raciocínio Básico: 05 (cinco) pontos;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 (dez) pontos;
- c) Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos.

6.7.2. Capacidade de Atendimento – 25 (vinte e cinco) pontos, nos quais:

- a) Currículo Resumido, com a qualificação e quantificação dos profissionais: 05 (cinco) pontos;
- b) Repertório da Licitante: 06 (seis) pontos;
- c) Relatos de Solução de Problemas de Comunicação: 09 (nove) pontos;
- d) Sistemática de Atendimento: 05 (cinco) pontos.

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

6.9. A nota final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

6.10. As folhas e todos os quesitos da Proposta Técnica, antes de serem colocados no respectivo envelope, deverão ser agrupados **com grampo trilho de plástico, na cor branca, vedada a utilização de capa dura ou encadernação de qualquer tipo ou modelo, inclusive espiral.**

6.10.1 Os grampos trilho a que se refere este item serão padronizados e fornecidos pela Câmara Municipal de Maringá previamente e deverão ser utilizados pelas licitantes para agrupar as folhas e todos os quesitos da Proposta Técnica.

7. DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada em uma via impressa, conforme modelo constante do Anexo IX, de forma clara e concisa, devendo ser apresentada sem emendas, rasuras, entrelinhas ou borrões, bem como estar devidamente assinada pela licitante ou seu representante legal e rubricada pelo mesmo em todas as suas folhas. Recomenda-se que todas as páginas estejam numeradas sequencialmente.

7.1.1. A Proposta de Preços deverá conter:

- a) identificação da licitação (número da Tomada de Preços);

b) dados da licitante: razão social, número do CNPJ/MF, inscrição estadual, endereço completo, telefone/fax, *homepage*, e-mail, nome de pessoa para contato, o nome do banco, a agência, número da conta-corrente;

c) dados do responsável pela assinatura do contrato: nome completo, profissão, estado civil, cargo que ocupa na agência, número da carteira de identidade, número do CPF, endereço, telefones e e-mail;

d) percentual de desconto a ser concedido à Contratante sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), com limite **mínimo de 10% (dez por cento)**;

e) percentual de desconto a ser concedido à Contratante sobre os honorários de 15% (quinze por cento), referentes à produção e à execução técnica de peças ou materiais publicitários, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por terceiros, com limite **mínimo de 10% (dez por cento)**;

f) declaração expressa de que os honorários sobre serviços especializados serão apurados com base no valor de mercado;

g) declaração expressa de aceitação das condições deste Edital sem restrições de qualquer natureza e de que, se vencedora da licitação, executará os serviços de acordo com as normas e as especificações vigentes neste Poder Legislativo Municipal;

h) declaração expressa da licitante de que a propriedade literária e os direitos autorais correspondentes às campanhas a serem realizadas serão cedidos à Câmara Municipal de Maringá, para deles utilizar-se da forma que lhe aprouver, em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer ônus ou remuneração adicional;

i) declaração de compromisso da licitante de sempre negociar as melhores condições de preço;

j) declaração de que transferirá à Contratante toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;

k) prazo de validade da proposta **não inferior a 60 (sessenta) dias** consecutivos da sua apresentação.

7.2. Na hipótese de discrepância entre o índice por extenso e aquele que conste em algarismos, para efeito de cotejo, prevalecerá sempre o primeiro, ou seja, o índice por extenso, sendo que, inclusive, a proposta apresentada com mais de duas casas decimais terá o valor desconsiderado no que exceder a esse limite, devendo os índices/descontos ser apresentados sem conter alternativas de preço ou condição que induza o julgamento a ter mais de um resultado, sob pena de desclassificação.

7.3. As folhas da Proposta de Preços deverão ser apresentadas em papel sulfite A4 75 g/m² agrupadas com **grampo trilho de plástico, na cor branca, vedada a utilização de capa dura ou encadernação de qualquer tipo ou modelo, inclusive espiral.**

8. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1. No envelope n. 05, deverão estar inseridos os documentos relacionados nas alíneas abaixo, em uma via **original** ou em cópia obrigatoriamente **autenticada em cartório**, ou mediante **autenticação administrativa pela Comissão Permanente de Licitações, desde que a cópia seja apresentada juntamente com o documento original**, exceto quanto a documentos que possam ter sua autenticidade verificada de forma online. Os documentos deverão obedecer a seguinte ordem:

a) carta de apresentação contendo preferencialmente o índice dos documentos apresentados, assinada pelo responsável da licitante;

b) Certificado de Registro Cadastral de Fornecedores, expedido pela Câmara Municipal de Maringá, que substitui os documentos relativos à qualificação jurídica;

REGULARIDADE FISCAL:

c) prova de regularidade com a Fazenda Municipal, mediante a apresentação de certidão, expedida pela Fazenda Municipal do domicílio ou sede da empresa licitante, na forma da lei;

d) prova de regularidade com a Fazenda Estadual, mediante apresentação de certidão, expedida pela Secretaria da Fazenda Estadual do domicílio ou sede da empresa licitante, na forma da lei;

e) prova de regularidade com a Fazenda Federal, mediante apresentação de certidão conjunta pertinente aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal;

f) Certificado de Regularidade do FGTS (CRF), emitido pela Caixa Econômica Federal, na forma da Lei n. 8.036/90;

g) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça de Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei n. 5.452, de 1.º de maio de 1943;

QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

h) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1.º do art. 4.º da Lei n. 12.232/2010;

h.1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

h.2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitações.

i) declaração(ões), certidão(ões) ou atestado(s) expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Tomada de Preços, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no Anexo I deste Edital;

j) relatório contendo as condições das instalações, do aparelhamento e do pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto desta licitação, contendo a qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos, em conformidade com o inc. II do art. 30 da Lei n. 8.666/93;

QUALIFICAÇÃO FINANCEIRA:

k) certidão expedida pela Junta Comercial, comprovando o Capital Social da licitante, que deverá ser obrigatoriamente igual ou superior a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais);

l) balanço patrimonial e demonstração contábil do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, apurada através de cálculo do Índice de Liquidez Geral, cujo resultado deve apresentar valor maior ou igual a **1 (um)**, vedada a sua substituição por balancetes provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta;

l.1) se necessária a atualização do balanço e do capital social, deverá ser apresentado, juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente;

l.2) as empresas constituídas no ano em curso e as empresas que não exerceram atividades no ano anterior poderão substituir o balanço anual por balanço e/ou balancete referente ao mês

imediatamente anterior à data de abertura da licitação.

m) Demonstrativo Financeiro, assinado pelo sócio, proprietário ou dirigente legal da empresa e pelo Contador, constando o número de inscrição junto ao CRC (Conselho Regional de Contabilidade), para comprovação da boa situação financeira da empresa, por meio de cálculo dos respectivos índices contábeis e Patrimônio Líquido, exigindo-se, para tanto:

m.1) Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), **iguais ou superiores a 01 (um)**, extraídos das fórmulas abaixo descritas:

LG= ATIVOCIRCULANTE+REALIZÁVEL A LONGO PRAZO
PASSIVO CIRCULANTE+EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

SG= ATIVOTOTAL
PASSIVOCIRCULANTE+EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

LC= ATIVOCIRCULANTE
PASSIVO CIRCULANTE

DECLARAÇÕES:

- n) Declaração de Sujeição ao Edital (Anexo IV);
- o) Declaração de que não possui menores trabalhadores em seu quadro de pessoal (Anexo V);
- p) Declaração de Idoneidade (Anexo VI);
- q) Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Anexo VII);
- r) Declaração de Inexistência de Fatos Supervenientes Impeditivos da Habilitação (Anexo VIII).

8.2. Os documentos especificados deverão estar em plena vigência na data de apresentação dos envelopes n. 05, sendo que, para os documentos que não contenham a sua validade expressa, serão considerados válidos por um período de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua expedição.

8.2.1. O disposto no subitem precedente não se aplica em relação às certidões, declarações ou atestados previstos na alínea 'i' do subitem 8.1.

8.3. Caso as declarações (Anexos IV, V, VI, VII e VIII) não estejam assinadas, o representante legal ou procurador presente na sessão pública poderá fazê-lo.

8.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em papel sulfite A4 e agrupados com **grampo trilho de plástico, na cor branca, vedada a utilização de capa dura ou encadernação de qualquer tipo ou modelo, inclusive espiral.**

9. DOS PROCEDIMENTOS

9.1. Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes.

9.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 4 deste Edital.

9.1.2. A Comissão Permanente de Licitações e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e a aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 3.º, *caput*, da Lei n. 8.666/1993.

9.1.2.1. No atendimento ao subitem 9.1.2 a Comissão Permanente de Licitações e a Subcomissão Técnica poderão, no interesse da Câmara Municipal de Maringá, relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e de Preços e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Tomada de Preços.

9.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.

9.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

9.1.5. Antes do aviso oficial do resultado da análise e julgamento da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

9.1.6. Qualquer tentativa de licitante em influenciar a Comissão Permanente de Licitações ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas em Lei.

9.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnicas e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública.

9.1.8. A Comissão Permanente de Licitações poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

9.1.9. Fica proibida a captação de imagem por fotos ou qualquer tipo de gravação dos Planos de Comunicação Publicitária, a fim de garantir sigilo.

9.1.10. O protocolo dos envelopes com a proposta técnica e de preços será aceito pela Comissão Permanente de Licitações até o momento da abertura dos envelopes contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, e o protocolo dos envelopes contendo os documentos de habilitação será aceito pela Comissão Permanente de Licitações até o momento em que seja dado o conhecimento do resultado da habilitação das licitantes.

Primeira Sessão

9.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 1.6 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 4 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 3 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber os envelopes n. 1, n. 2, n. 3 e n. 4 das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

9.2.1. O envelope n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitações, nas seguintes condições, sob pena de desclassificação:

a) sem estar identificado;

b) sem apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope n. 2;

c) sem estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope n. 2.

9.2.1.1. Se, no momento da entrega do envelope n. 1, for constatada a inobservância de condição prevista nas alíneas "a", "b" ou "c" do subitem 9.2.1, a Comissão Permanente de Licitações poderá facultar ao portador dos envelopes, desde que presente na sessão pública, a oportunidade de proceder ao saneamento da contrariedade, mediante a substituição imediata do respectivo envelope, a ser realizada reservadamente, em local separado do recinto onde se realizam os trabalhos da presente Tomada de Preços.

9.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes n. 2 e n. 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitações, e separá-los dos envelopes n. 1 e n. 3;

b) retirar o conteúdo dos envelopes n. 1 e examiná-lo para os fins do disposto no subitem 9.2.2.2.

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos constantes dos envelopes n. 1;

d) abrir os envelopes n. 03, rubricar o seu conteúdo e examiná-lo para os fins do disposto no subitem 9.2.2.2;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os envelopes n. 3;

f) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 13 deste Edital.

9.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea "b" do subitem 9.2.2, adotará medidas para evitar que os seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

9.2.2.1.1. Antes de serem abertos, os envelopes n. 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Permanente de Licitações.

9.2.2.2. Se, ao examinar os conteúdos dos envelopes n. 1 e n. 3, a Comissão Permanente de Licitações ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Permanente de Licitações desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

9.2.3. A Comissão Permanente de Licitações não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes n. 1 nem nos respectivos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

9.2.4. Abertos os envelopes n. 1 e n. 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitações.

9.2.5. Após realizadas as análises e os procedimentos descritos nos subitens anteriores, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento pela Comissão Permanente de Licitações à Subcomissão Técnica dos envelopes n. 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada);

b) análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica do conteúdo dos envelopes n. 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital e em seus anexos, desclassificando-se as propostas que desatenderem as

exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inc. XIV do art. 6.º da Lei Federal n. 12.232/2010;

c) elaboração pela Subcomissão Técnica da ata de julgamento dos envelopes n. 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e da planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitações, juntamente com os documentos constantes dos envelopes n. 1.

d) encaminhamento pela Comissão Permanente de Licitações à Subcomissão Técnica dos envelopes n. 3 (Capacidade de Atendimento);

e) análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica do conteúdo dos envelopes n. 3 (Capacidade de Atendimento), de acordo com os critérios especificados neste Edital e em seus anexos, desclassificando-se as propostas técnicas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

f) elaboração pela Subcomissão Técnica da ata de julgamento dos envelopes n. 3 (Capacidade de Atendimento) e da planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitações, juntamente com os documentos constantes dos envelopes n. 3.

9.2.5.1. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos à respectiva fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope n. 2).

9.2.6. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 9.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada quesito e subquesito do Plano de Comunicação Publicitária, e a pontuação, de cada membro, para cada quesito e subquesito da Capacidade de Atendimento.

Segunda Sessão

9.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes n. 1 e n. 3), com as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes;

b) abrir os envelopes n. 2;

c) cotejar as vias não identificadas (envelope n. 1) com as vias identificadas (envelope n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

f) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 13, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14 deste Edital.

Terceira Sessão

9.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes **classificadas no julgamento das propostas técnicas**, na forma do item 13 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) abrir os envelopes n. 4, com a Proposta de Preços e rubricar o seu conteúdo;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n. 4;
- d) analisar o cumprimento pelas licitantes das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 13, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no item 14 deste Edital.

Quarta Sessão

9.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 13 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 3 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os envelopes n. 5 das licitantes em condições de participação e rubricar o seu conteúdo;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n. 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 13 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei n. 8.666/1993;
- g) informar que, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos, o nome da licitante vencedora desta Tomada de Preços será publicado, na forma do item 13 deste Edital.

9.6. Reconhecida a habilitação das licitantes, pela não interposição de recurso, ou a sua desistência, ou, ainda, o seu julgamento, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado.

10. DOS JULGAMENTOS

10.1. A análise das Propostas Técnicas, das Propostas de Preços e dos Documentos de Habilitação deverá observar o cumprimento de todas as condições estabelecidas na Lei Federal n. 8.666/93, na Lei Federal n. 12.232/2010 e nas demais normas aplicáveis, bem como no presente Edital e em seus anexos.

10.2. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências deste Edital, que forem omissas, vagas, impuserem condições diferentes das dispostas no presente instrumento convocatório ou que contiverem descontos ou execução condicionada a prazos ou vantagens de qualquer

natureza aqui não previstos, que estiverem incompletas, incorretas, rasuradas ou contendo corretivos, que apresentarem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento ou, ainda, propostas com valores irrisórios ou manifestamente inexequíveis.

10.3. Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior nota final (NF), aferida de acordo com a aplicação do seguinte cálculo: a pontuação técnica (máximo de 70 pontos), que será obtida de acordo com os critérios constantes do item 11 deste Edital, acrescida da pontuação de preços (máximo de 30 pontos), apurada conforme o item 12 deste Edital.

10.4. Em caso de empate, assegura-se, nos termos da Lei Complementar n. 123/2006, a preferência de contratação para as Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

10.5. Havendo empate entre as Microempresas e Empresa de Pequeno Porte, a classificação se fará por sorteio marcado pela Comissão Permanente de Licitações, em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas, nos termos do art. 45, § 2.º, da Lei Federal n. 8.666/93.

10.5.1. O sorteio poderá acontecer na mesma sessão pública, se todos os representantes legais das licitantes estiverem presentes e concordarem com o ato, o que deverá ficar registrado na ata dos trabalhos.

10.6. Será inabilitada a licitante que deixar de atender qualquer das condições exigidas neste Edital, que não apresentar todos os documentos exigidos ou que os apresentar incompletos, incorretos, rasurados ou contendo corretivos, com a validade expirada ou de cujo teor não se possa inferir com precisão as exigências contidas em Edital e a veracidade dos mesmos.

10.7. Também será inabilitada a licitante que não comprovar possuir Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), **iguais ou superiores a 01 (um)**, ou, ainda, não comprovar o Capital Social igual ou superior a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

10.8. Se todas as licitantes forem inabilitadas ou todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão Permanente de Licitações poderá fixar prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou proposta, em conformidade com o disposto no § 3.º do art. 48 da Lei Federal n. 8.666/93.

10.9. As microempresas e as empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade Fiscal e Trabalhista, **mesmo que esta apresente alguma restrição.**

10.10. A existência de restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das Microempresas ou Empresas de Pequeno Porte sujeitas ao regime da Lei Complementar n. 123/2006 não implica a inabilitação automática da licitante, **desde que sejam apresentadas as respectivas certidões positivas ou documento que demonstre a impossibilidade de emissão das certidões.**

10.11. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal ou trabalhista das Microempresas ou Empresas de Pequeno Porte, será assegurado a estas o prazo de 5 (cinco) dias úteis para regularização da documentação, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a licitante for declarada a vencedora do certame, prorrogáveis por igual período, a critério do órgão Licitante, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. As Propostas Técnicas das licitantes serão julgadas pela Subcomissão Técnica, mediante critério técnico, adotando-se a nota máxima de 70 (setenta) pontos.

11.2. A nota da Proposta Técnica será apurada segundo a metodologia estabelecida no item 6 deste Edital e os critérios a seguir:

11.2.1. Plano de Comunicação Publicitária – nota máxima = 45 pontos.

11.2.1.1. Raciocínio Básico – nota máxima = 05 pontos.

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Maringá e do contexto de sua atuação (2,00 pontos);

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados em relação às necessidades de comunicação publicitária identificadas (1,50 ponto);

c) a assertividade demonstrada na análise dos desafios de comunicação a serem superados pela Câmara Municipal de Maringá e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing* (1,50 ponto).

11.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – nota máxima = 10 pontos.

a) a adequação do conceito e do tema proposto à natureza, às atividades, aos desafios e aos objetivos de comunicação da Câmara Municipal de Maringá (2,00 pontos);

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação, apresentadas em defesa do conceito, do tema e da estratégia propostos (2,00 pontos);

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito proposto para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Maringá com o seu público (2,00 pontos);

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (2,00 pontos);

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Maringá, os desafios e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing* (2,00 pontos).

11.2.1.3. Ideia Criativa – nota máxima = 20 pontos.

a) o alinhamento e a adequação da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (2,00 pontos);

b) a adequação das peças e materiais publicitários apresentados aos desafios e aos objetivos de comunicação da Câmara Municipal de Maringá (2,00 pontos);

c) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (2,00 pontos);

d) a cobertura do público-alvo através destas interpretações (2,00 pontos);

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (2,00 pontos);

f) a clareza da forma com a qual se apresenta (2,00 pontos);

g) a pertinência da campanha às atividades da Câmara Municipal de Maringá e à sua inserção nos contextos social, político e econômico (3,00 pontos);

h) a coesão dos desdobramentos comunicativos entre as peças publicitárias apresentadas (2,00 pontos);

i) a compatibilidade e a adequação das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (3,00 pontos).

11.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – nota máxima = 10 pontos.

a) a consistência técnica demonstrada na proposição e na defesa da estratégia, das táticas e do plano de mídia (3,00 pontos);

b) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo da campanha, adequando-os aos meios, conforme os objetivos estratégicos (4,00 pontos);

c) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação do plano de mídia (3,00 pontos).

11.2.2. Capacidade de Atendimento – nota máxima = 25 pontos

11.2.2.1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Câmara Municipal de Maringá, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia – nota máxima = 05 pontos.

a) a licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores relacionados **obterá a nota máxima nesse quesito**;

b) a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores relacionados **obterá nota zero nesse quesito** e será desclassificada por força do item 11.7, alínea “c”

deste Edital.

11.2.2.2. Repertório da Licitante: análise da qualidade técnica, criatividade e pertinência da solução criativa do repertório apresentado – nota máxima = 06 pontos.

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos problemas que se propôs a resolver (2,00 pontos);

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (2,00 pontos);

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (2,00 pontos).

11.2.2.2.1. A não apresentação de quaisquer das peças relacionadas no subitem 6.5.2 ou a apresentação de peça com especificação diversa da exigida implica a desclassificação da licitante.

11.2.2.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – nota máxima = 09 pontos.

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (2,00 pontos);

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (2,50 pontos);

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (2,50 pontos);

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (2,00 pontos).

11.2.2.4. Sistemática de Atendimento – nota máxima = 05 pontos.

a) nesse quesito, obterá 5 (cinco) pontos a licitante que discriminar:

a.1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias;

a.2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias;

a.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias.

b) obterá 3,35 (três vírgula trinta e cinco) pontos a licitante que discriminar:

b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias;

b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias;

b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias.

c) obterá 1,70 (um vírgula setenta) pontos a licitante que discriminar;

c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias;

c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias;

c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias.

d) obterá nota zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.

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

11.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos neste instrumento convocatório.

11.5. No caso de ocorrer o previsto no subitem anterior, persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

11.6. A nota final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

11.7. Sem prejuízo de outros motivos desclassificatórios previstos neste Edital, será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) contenha marca, sinal, palavra, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificá-la no invólucro padronizado (envelope n. 01), bem como nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

b) não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;

c) **obtiver nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os subitens 11.2.1. e**

11.2.2.

11.7.1. Poderá ser desclassificada a Proposta que não atender às demais exigências do presente Edital e de seus anexos, ressalvada a faculdade de saneamento prevista no art. 43, § 3.º, da Lei Federal n. 8.666/1993 e observado o disposto no subitem 9.1.2 deste Edital.

11.8. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos à respectiva fase da licitação, **exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do invólucro identificado (envelope n. 02).**

11.9. Havendo desclassificação proferida pela Subcomissão Técnica por descumprimento de disposições deste Edital, esta deverá justificar os motivos que levaram à desclassificação, fazendo constar especificamente na ata do julgamento.

12. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

12.1. As Propostas de Preços das licitantes serão julgadas pela Comissão Permanente de Licitações, mediante critério técnico, adotando-se a nota máxima de 30 (trinta) pontos.

12.2. A nota da Proposta de Preços será apurada segundo a metodologia estabelecida no item 7 deste Edital e os critérios a seguir:

12.2.1. Percentual de desconto sobre os custos internos da agência, baseado na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR):

a) desconto de 10% = 04 pontos;

b) desconto de 20% = 06 pontos;

c) desconto de 30% = 08 pontos;

d) desconto de 50% ou mais = 10 pontos.

12.2.2. Percentual de desconto a ser concedido à Contratante sobre os honorários de 15% (quinze por cento), referentes à produção e execução técnica de peças ou materiais publicitários, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por terceiros:

a) desconto de 10% = 7 pontos (comissão equivalente a 13,5%);

b) desconto de 20% = 10 pontos (comissão equivalente a 12%);

c) desconto de 33,3% ou mais = 20 pontos (comissão equivalente a 10% ou menos).

12.3. A nota final de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes dos itens 12.2.1 e 12.2.2.

12.4. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

a) não atender às exigências deste Edital e de seus anexos;

b) apresentar descontos baseados em outra proposta;

- c) contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- d) apresentar valores irrisórios ou manifestamente inexequíveis;
- e) apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria agência.

12.5. Poderá ser desclassificada a Proposta que não atender às demais exigências do presente Edital e de seus anexos, ressalvada a faculdade de saneamento prevista no art. 43, § 3.º, da Lei Federal n. 8.666/1993 e observado o disposto no subitem 9.1.2 deste Edital.

13. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

13.1. A juízo da Comissão Permanente de Licitações, todas as decisões referentes a esta Tomada de Preços poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Órgão Oficial seja obrigatória:

- a) nas sessões públicas;
- b) em sítio eletrônico oficial da Câmara Municipal de Maringá (www.cmm.pr.gov.br);
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes, tal como correspondência eletrônica/e-mail.

14. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Eventuais recursos referentes à presente Tomada de Preços deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Presidente da Câmara Municipal de Maringá, por intermédio do presidente da Comissão Permanente de Licitações, sempre de forma fundamentada.

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

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

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

14.5. Será franqueada aos interessados, desde a data de início do prazo para a interposição de recursos ou impugnações, até o seu término, vista dos autos desta Tomada de Preços, na Divisão de Licitação e Compras ou no *site* da Câmara Municipal de Maringá.

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

15. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

15.1. Findo o processo licitatório, a Contratante adjudicará o objeto da licitação à licitante vencedora e com ela celebrará contrato, salvo hipótese de anulação ou de revogação do certame, nos moldes da minuta constante do Anexo XIII deste Edital.

15.2. A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis do recebimento da convocação para assinar o instrumento de contrato.

15.3. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a Contratante poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato, em igual prazo e nas mesmas condições negociadas, ou revogar esta Tomada de Preços.

15.4. No caso de recusa de assinatura do contrato por parte da licitante vencedora, a Contratante lhe aplicará multa de 2% (dois por cento), calculada sobre o valor licitado, além de poder infligir-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei Federal n. 8.666/93.

15.5. O contrato terá vigência e garantia por 12 (doze) meses, a contar da data da assinatura.

15.6. A Contratante poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei Federal n. 8.666/93 e no pacto firmado entre as partes.

15.7. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Contratante, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, que ficará limitada ao valor dos prejuízos causados e das sanções previstas neste Edital e em lei, até a integral indenização dos danos.

15.8. À Contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei Federal n. 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, conforme minuta constante do Anexo XIII deste Edital.

15.9. Serão de responsabilidade da Contratada os ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custas e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer dos seus empregados e contratados.

15.10. Responsabiliza-se a Contratada a assumir quaisquer obrigações decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, a que venha a Contratante ser condenada, bem como as demais obrigações atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

15.11. A Contratada deverá prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores que a possam envolver, independentemente de solicitação.

15.12. A Contratada só poderá divulgar informações, acerca da prestação dos serviços objeto desta Tomada de Preços, que envolvam o nome da Contratante, quando houver autorização expressa desta.

15.13. É vedado à Contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Tomada de Preços para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da Contratante.

15.14. A Contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, todas as condições de habilitação, nisso incluídas as qualificações exigidas nesta Tomada de Preços, sob pena de aplicação de multa e rescisão contratual.

15.15. A Contratante pode realizar avaliação: da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

15.15.1. A avaliação será considerada para observar a necessidade de solicitar à Contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados, para decidir sobre a conveniência de a qualquer tempo rescindir o respectivo contrato e a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações públicas.

15.16. A seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de filial ou de representante em outra localidade para serviços de criação, produção e outros complementares que venham a ser necessários.

15.17. No caso de empresa Contratada com sede fora do Município de Maringá, esta deverá manter representante legal em horário comercial em escritório, departamento ou filial com endereço em Maringá/PR durante o tempo em que estiver em vigor o contrato, com capacidade para dirimir quaisquer dúvidas de caráter técnico, jurídico e administrativo originadas de sua execução, bem

como para todos os entendimentos que se fizerem necessários entre as partes, sob pena de rescisão contratual.

15.18. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Tomada de Preços e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

15.19. As demais condições contratuais, bem como as causas de rescisão e penalidades contratuais encontram-se no Anexo XIII – Minuta do Contrato.

16. DA REMUNERAÇÃO E DOS PAGAMENTOS

16.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas oitava e dez da minuta do contrato (Anexo XIII), consoante os preços estabelecidos na proposta de menor preço, observado o item 7.

16.2. As despesas com deslocamento de profissionais da Contratada ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

16.3. Não haverá percepção de honorários referente ao planejamento de mídia, campanha e comunicação, visto que estes deverão ser feitos em conjunto com a Contratante.

16.4. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta de contrato (Anexo XIII), consoante os percentuais de desconto estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preços.

16.5. Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, face à peculiaridade de sua remuneração constituir em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pela Contratante, nem compensação financeira, salvo eventual variação ou alteração da tabela pertinente, prevista e concedida pelo SINAPRO/PR.

17. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

17.1. A Subcomissão Técnica constituída para analisar e julgar as Propostas Técnicas desta Tomada de Preços será composta por 03 (três) membros.

17.2. 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 dobro do número de integrantes da subcomissão, ou seja, 06 (seis) integrantes, 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 a Câmara Municipal de Maringá, em conformidade com o § 3.º do art. 10 da Lei Federal n. 12.232/2010.

17.3. A relação dos nomes referidos no subitem 17.2 será publicada, oportunamente, no Órgão Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, atendendo o que dispõe o § 4.º do art. 10 da Lei Federal n. 12.232/2010.

17.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

17.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

17.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitadas as disposições legais.

17.7. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 17.3 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

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

18. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

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

18.2. A Comissão Permanente de Licitações poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Tomada de Preços.

18.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a Contratante tiver conhecimento de fato(s) superveniente(s) que não a mantenha em condições de habilitação, conhecido(s) após o julgamento.

18.4. Se ocorrer desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no item anterior, a Contratante poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Tomada de Preços.

18.5. A supervisão e a coordenação dos serviços objeto deste Edital, assim como o relacionamento com a Contratada, são atribuições dos responsáveis por unidades da Câmara Municipal de Maringá designados no respectivo Contrato.

18.6. 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.

18.7. A Comissão Permanente de Licitações ou a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, a lisura da licitação, a finalidade e a segurança da contratação e não contrariem a legislação vigente, sanar e/ou relevar omissões ou erros nas propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes.

18.8. Se houver indício de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Comissão ou Subcomissão comunicará os fatos verificados à Autoridade Superior da Câmara Municipal de Maringá, para as providências devidas.

18.9. Qualquer tentativa ilegal da licitante de influenciar a Comissão Permanente de Licitações no processo de julgamento das propostas será igualmente objeto de apuração.

18.10. Esclarecimentos sobre esta Tomada de Preços serão prestados pela Comissão Permanente de Licitações, desde que os pedidos de esclarecimento tenham sido recebidos até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

a) por ofício, protocolizado na Divisão de Licitações e Compras da Câmara Municipal de Maringá, situada na Avenida Papa João XXIII, n. 239, Zona 02, Maringá, Estado do Paraná, de segunda a sexta feira, das 8 horas às 18 horas;

b) pelo e-mail: licitacao@cmm.pr.gov.br.

18.11. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, em até 03 (três) dias úteis após o recebimento do questionamento, mediante divulgação na internet (no endereço eletrônico da Câmara Municipal de Maringá), sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

18.11.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao envelope n. 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

18.11.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

18.12. Antes de iniciada esta Tomada de Preços, a Comissão Permanente de Licitações poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, modificar este Edital e seus anexos, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

18.13. As licitantes deverão apresentar suas propostas levando em consideração o Código de Ética dos Profissionais de Publicidade/Propaganda.

18.14. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em site próprio da Câmara Municipal de Maringá, garantindo o livre acesso por quaisquer interessados, em cumprimento ao estabelecido pelo art. 16 da Lei n. 12.232/10.

18.15. Fica designado o foro da Comarca de Maringá para julgamento de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital.

18.16. Aos casos omissos aplicar-se-ão as demais disposições constantes das Leis Federais n. 12.232/2010 e 8.666/93 e suas alterações.

Maringá, 09 de agosto de 2023.

MÁRIO MASSAO HOSSOKAWA
Presidente

PEDRO MENDES FERREIRA NETO
Presidente da Comissão Permanente de Licitações

ANEXO I
TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM
DO OBJETO

1. OBJETO

1.1. A contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de informar o público de interesse, observadas as especificações mínimas e prescrições descritas neste Anexo.

1.1.1. Também integram o objeto desta Tomada de Preços, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e execução de pesquisas para geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionadas à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças ou materiais publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

1.2. A contratação dos serviços objeto da presente licitação tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, disseminar iniciativas de interesse público ou informar e orientar o público em geral.

1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.4. Os serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.5. A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Maringá, em conformidade com o art. 3.º da Lei n. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.6. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 deste Edital.

1.7. Constituem as especificações mínimas dos serviços a serem executados: criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias destinadas à divulgação de publicidade institucional ou cívico-educativa e de valorização da cidadania, conforme previsto na Resolução n. 664/2022, que conferiu nova redação à Resolução n. 477/2002, da Câmara Municipal de Maringá.

1.8. Os serviços de publicidade terão caráter educativo, de orientação, de promoção e de valorização do Legislativo, de forma a atender à política de comunicação social da Câmara Municipal, que tem como princípios básicos a informação e a transparência dos procedimentos e a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos, com a avaliação sistemática dos resultados.

ANEXO II

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

BRIEFING

1. Órgão realizador

Câmara Municipal de Maringá

2. Campanha

Escola Legislativa: a Câmara Municipal de Maringá promovendo educação e cidadania.

3. Período de veiculação

10 (dez) dias

4. Verba referencial

R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)

5. Público-alvo

População de Maringá

6. Peças publicitárias de apresentação obrigatória

Devem compor a campanha simulada os seguintes materiais:

- a. 01 (um) layout de meia página para jornal de modelo standard;
- b. 01 (um) layout de página inteira para revista;
- c. 01 (um) roteiro para spot de rádio;
- d. 01 (um) roteiro para vídeo de televisão;
- e. 01 (um) layout de banner para a internet (sites);
- f. 01 (um) post (jpg/gif + texto) para Facebook;
- g. 01 (um) post carrossel (jpg + texto) para Instagram;
- h. 01 (um) roteiro para vídeo vertical para Instagram (1080 x 1920 pixels);
- i. 01 (um) roteiro para vídeo de Youtube;
- j. 01 (um) layout para folheto (10 x 15 cm);
- k. 01 (um) layout para cartaz (42 x 29,7 cm).

7. Introdução

Este Briefing é o documento que norteia as agências de publicidade e propaganda que participam da presente licitação, tendo em vista que, a partir dos desafios e objetivos aqui relacionados, é que as licitantes vão desenvolver, seguindo as regras editalícias, suas propostas de Comunicação para a Câmara Municipal de Maringá.

O Plano de Comunicação da campanha institucional simulada deve ser elaborado de acordo com este Briefing. Para tanto, as licitantes precisam considerar o período de duração e/ou veiculação, que é de 10 (dez) dias, respeitar o limite da verba referencial, estabelecida em R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) – incluindo todos os custos de criação, produção e veiculação –, e contemplar o público-alvo desejado, que é a população de Maringá, como um todo.

A campanha simulada deve considerar, também, os recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Maringá – Facebook, Instagram, Youtube e site.

8. Contexto

A Câmara Municipal de Maringá é uma instituição pública existente desde 1952 e que, desde então, se fortalece como um órgão plural e democrático.

Atualmente, é composta por 15 (quinze) vereadores com mandato de 4 (quatro) anos, eleitos democraticamente, para representar os anseios da população maringaense.

Ao refletir a diversidade de perfis e de interesses que compõem a sociedade, a Câmara de Maringá acolhe as necessidades da população e as articula a fim de gerar respostas, na forma de leis, atos ou reivindicações como solução para promover o desenvolvimento e o bem comum. Essa

característica transcende sua própria definição regimental – centrada na fiscalização do Poder Executivo –, elevando sua importância e tornando-a protagonista no debate de temas e na proposição de ações que dizem respeito ao presente e ao futuro dos cidadãos que representa.

Nesta esteira, há 10 (dez) anos, os parlamentares reconheceram a necessidade de a instituição se aproximar ainda mais da comunidade, atuando na consolidação do Poder Legislativo como instrumento essencial ao Estado Democrático e ao exercício da cidadania. Para tanto, apresentaram e aprovaram o Projeto de Lei n. 12.573/2013, posteriormente convertido na Lei n. 9.500/2013, que criou a Escola Legislativa da Câmara Municipal de Maringá.

A norma estabelece as diretrizes para o funcionamento do projeto especial, elencando suas atribuições e competências. Entre elas, destacam-se as previstas pelos incisos V e XI do artigo 2º:

"V - aprofundar a aproximação entre a Câmara Municipal e a comunidade, por meio de projetos de educação política e de mecanismos de participação popular, visando ao fortalecimento do Poder Legislativo como instrumento essencial ao Estado Democrático e ao exercício da cidadania;

XI - desenvolver programas objetivando a formação e a qualificação de lideranças comunitárias e políticas."

Desde agosto de 2013, quando a Escola Legislativa da Câmara Municipal de Maringá foi efetivamente implantada, suas ações estão voltadas a atividades educacionais e de desenvolvimento humano, tanto do público interno – servidores e vereadores –, quanto do público externo – composto pelos vários segmentos da sociedade. São atividades que visam a especialização, o aperfeiçoamento, a formação e a capacitação desses públicos. Para isso, realiza programas, cursos, palestras, grupos de estudo, grupos de trabalho e de pesquisa, debates, concursos culturais e seminários.

Atualmente, reconhecida pelos programas que desenvolve, a Escola Legislativa está alicerçada nos seguintes objetivos:

- 1. Promover educação, capacitação e formação das pessoas;**
- 2. Incentivar reflexões sobre o sistema político brasileiro e as questões capazes de estimular ou dificultar a participação das várias categorias sociais no campo político;**
- 3. Refletir sobre demandas sociais e seus impactos na democracia;**
- 4. Promover a igualdade, à medida que estimula cada um a buscar o seu grupo e a mostrar que, em grupo, há chances para todos;**
- 5. Contribuir para a formação de agentes políticos; 6. Conscientizar sobre a importância do voto; 7. Estimular a participação nas instituições públicas e, por consequência, o controle popular social dessas instituições; 8. Trazer para a cena o debate, o diálogo, no lugar de ideologias autoritárias.**

Ou seja, por meio da Escola Legislativa, a Câmara Municipal de Maringá se posiciona como parceira proativa do cidadão, não apenas como defensora dos interesses comuns da sociedade, mas, também, como peça essencial na formação crítica e na capacitação política dos eleitores, impulsionando o desenvolvimento coletivo. A fim de exemplificar sua grandiosidade e sua importância neste espectro, destacam-se quatro dentre os vários programas executados:

Câmara Mirim

Foi o primeiro projeto implantado e é, até hoje, o mais conhecido programa de educação da

Câmara Municipal de Maringá.

Em setembro de 2023, a Escola Legislativa finalizará a 9ª (nona) edição desta atividade, que conquistou o Prêmio Gestor Público em 2016 e a Menção Honrosa do mesmo Prêmio em 2017. Desde que foi implementado, 1875 (mil, oitocentas e setenta e cinco) crianças e adolescentes – estudantes do 4º (quarto) ao 9º (nono) ano do Ensino Fundamental – se inscreveram para participar de suas edições. Dessas, 162 (cento e sessenta e duas) foram efetivamente eleitas.

O mandato tem duração de 1 (um) ano e seus parlamentares se reúnem mensalmente em sessões públicas. As matérias discutidas pela Câmara Mirim, quando aprovadas, são enviadas ao Executivo Municipal. Todas as proposições – solicitações de serviços – são respondidas e, de acordo com a coordenação do projeto, aproximadamente 80% delas são atendidas.

As crianças e adolescentes são comumente acompanhadas pelos pais, familiares, amigos e equipes escolares. Por isso, a Câmara Mirim é uma atividade de alcance e de impacto social, tendo em vista que se estende, também, para toda a comunidade escolar.

Parlamento Jovem

O programa se encontra em sua 5ª (quinta) edição e, desde a implantação em 2017, contou com a participação de 132 (cento e trinta e dois) jovens devidamente matriculados no Ensino Médio – alguns deles chegaram a concorrer ao cargo de vereador nas eleições municipais de 2020.

Os participantes se reúnem de forma mensal, em sessões públicas. Embora o Parlamento Jovem também discuta a realização de serviços no âmbito do Município, como ocorre na Câmara Mirim, seu foco está na discussão de questões sociais que atingem a juventude em todo o país.

Estágio-Conhecimento

O programa é destinado a qualquer pessoa com idade acima dos 16 anos e, mais comumente, é procurado por estudantes universitários, que buscam pela certificação em horas de atividades acadêmicas emitida pela Câmara Municipal de Maringá.

O Estágio-Conhecimento teve início em 2015 e é organizado por turmas, em módulos. Já foram realizadas 64 (sessenta e quatro) edições, com a participação de 1254 (mil, duzentos e cinquenta e quatro) estudantes.

Durante a realização do programa, a Escola Legislativa oferece formação em três módulos. São eles: básico, focado nas funções e ações do Poder Legislativo; orçamento, com foco nas leis orçamentárias e no orçamento anual do Município; e eleições, que trata exclusivamente do processo eleitoral e das leis que o rege.

Visita Guiada

O programa é destinado a grupos de pessoas que queiram conhecer a Câmara Municipal de Maringá e/ou assistir as sessões ordinárias. Considerada como uma excelente atividade pedagógica para grupos de estudantes que buscam conhecimento sobre a organização política da cidade, a Visita Guiada recebe cerca de 20 grupos por ano, desde 2013, quando teve início. Aproximadamente 6.300 (seis mil e trezentas) pessoas já participaram da atividade.

Apesar de tamanha relevância para a sociedade, com participação elevada por parte das comunidades escolar e acadêmica, a Escola Legislativa da Câmara Municipal de Maringá ainda é pouco conhecida pelos demais setores sociais. É que, embora haja esforço pela sua divulgação positiva por meio da coordenação direta e por parte da assessoria de imprensa, sua vinculação ao Poder Legislativo esbarra em fatos e notícias desabonadores ao campo político. Ou seja, todo o trabalho de aproximação à

comunidade, bem como os programas educacionais de formação política se tornam de conhecimento restrito, sem penetração amplamente social – o que, em última análise, pode incorrer no comprometimento das competências e dos objetivos da Escola Legislativa.

9. Objetivo geral

Dado o contexto, o principal objetivo desta contratação de agência de publicidade e propaganda é o de divulgar a existência e, sobretudo, ressaltar a importância da Escola Legislativa da Câmara Municipal de Maringá como uma ferramenta de fortalecimento da cidadania e do desenvolvimento democrático da cidade.

Ou seja, é preciso reforçar para a população maringaense a posição da Câmara Municipal de Maringá como protagonista de debates, ações e decisões que afetam positivamente o dia a dia de cada cidadão – posição que, evidentemente, perpassa pelos programas desenvolvidos pela Escola Legislativa.

9.1 Objetivos específicos

A fim de apresentar proposta que corresponda ao objetivo geral, a empresa licitante deve observar e considerar, na formulação de sua estratégia, os seguintes objetivos específicos:

a. Enaltecer a Escola Legislativa como um projeto especial da Câmara Municipal de Maringá para promover junto à comunidade, sobretudo entre as pessoas com idades escolar e acadêmica, reflexões sobre o sistema político brasileiro, incentivando a participação popular no campo político;

b. Estimular o interesse da população em participar dos programas executados pela Escola Legislativa e, também, de acompanhar mais ativamente a rotina parlamentar como um todo, evidenciando que a Câmara Municipal de Maringá está de portas abertas;

c. Ressaltar a função da Câmara Municipal de Maringá enquanto representante e interlocutora dos interesses da comunidade;

d. Construir uma percepção positiva sobre a atuação parlamentar, evidenciando os benefícios do trabalho do vereador para a comunidade.

10. Desafios de comunicação

Como visto, é imprescindível que, com o investimento em publicidade, a Câmara Municipal de Maringá adote um discurso humanizado, divulgando a importância da Escola Legislativa e, sobretudo, potencializando a compreensão de que o trabalho parlamentar resulta em ações e benefícios diretos para os cidadãos. Em outras palavras, é essencial que o Legislativo maringaense continue, por meio do investimento em campanhas publicitárias, a superar o desconhecimento e o descontentamento da comunidade em relação ao seu trabalho e à sua relevância.

Para cumprir tais objetivos, no entanto, a licitante terá de se atentar ao planejamento da proposta, superando os seguintes desafios de comunicação:

a. complementaridade entre os veículos de mídia considerados tradicionais e as mídias digitais, com estratégias adequadas ao setor público;

b. capacidade de potencializar os canais de comunicação com a sociedade, dando especial ênfase às novas tecnologias, buscando atrair substancial parcela para acompanhar e interagir com a Câmara Municipal de Maringá;

c. visão estratégica na elaboração do plano de mídia, de forma a viabilizar uma presença eficaz da comunicação institucional nos veículos de comunicação com cobertura municipal;

d. visão moderna das relações e do papel da Câmara Municipal de Maringá com os diversos segmentos da sociedade;

e. inovação de conceitos e enfoques adequados às expectativas dos diversos segmentos de público e à natureza da instituição;

f. comunicação suprapartidária, institucional e focada no cidadão, no sentido de que as estratégias, ferramentas, projetos, conteúdos e mensagens sejam compreensíveis para qualquer pessoa, independentemente de posicionamentos ideológicos.

11. Considerações sobre as mídias digitais

A licitante deverá dar a relevância necessária às mídias digitais e às novas tecnologias na construção da campanha simulada para a Câmara Municipal de Maringá.

Como é sabido, a transformação digital gerou impactos significativos às formas de as pessoas se comunicarem, consumirem e se relacionarem. Alterações também se deram no campo da administração e da comunicação pública. Há a necessidade de, diariamente, as instituições produzirem conteúdos relevantes e atrativos, alinhados com as necessidades e posicionamentos dos cidadãos – que, por sua vez, exigem a disponibilização de dados, informações e conteúdos com agilidade e qualidade.

A tendência do uso de telas mobile como canal preferencial no relacionamento com as instituições públicas é reflexo da importância que tais dispositivos ganharam na vida das pessoas. Tal constatação está respaldada, de maneira local, pela pesquisa “Data Maringá”, realizada em parceria pelo Departamento de Pesquisa e Estatística (DEPEA) da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM) e pela empresa Data Market, especializada em inteligência de mercado. O levantamento, efetuado em 2021, reúne a opinião dos maringaenses acerca de diversos segmentos, apontando os perfis estatísticos sobre preferências e consumo – inclusive, o consumo de mídia.

De acordo com a pesquisa, a internet é o principal meio de comunicação pelo qual o maringaense se mantém informado atualmente: 79,4% dos entrevistados disseram consumir informação de forma online – o que comprova o uso das novas tecnologias e das mídias digitais. O estudo aponta, também, que 17,1% dos participantes afirmaram se informar pela televisão e, outros 2,2%, pelo rádio.

Especificamente sobre o uso das redes sociais, a “Data Maringá” questionou aos entrevistados quais são as plataformas por eles mais usadas e quais são as usadas como segunda opção. Respectivamente, o Facebook é utilizado por 36,7% e 23,6%, o Instagram é utilizado por 32,7% e 26,2%, o Whatsapp é utilizado por 14,5% e 30,9% e, ainda, o Youtube é utilizado por 6% e 8,5% dos maringaenses. Twitter e LinkedIn não somaram 5% das respostas, mesmo percentual dos participantes que disseram não utilizar as redes sociais.

Hoje, os números referentes aos dados de engajamento, alcance e impressões da Câmara Municipal de Maringá no Facebook, Instagram e Youtube apontam claramente que, apesar de serem positivos, há muito espaço para incremento na busca de ampla participação popular:

FACEBOOK

Seguidores: 11.128 Alcance (30 dias): 1.760

Público: 60,4% mulheres e 39,6% homens

Faixa etária do público:

13 a 17 anos - 1,1%

18 a 24 anos - 7,5%

25 a 34 anos - 27,8%
35 a 44 anos – 34,1%
45 a 54 anos - 17,7%
55 a 64 anos - 8,3%
65+ - 3,1%

INSTAGRAM

Seguidores: 3.789
Alcance (30 dias): 1.877
Público: 51,7% mulheres e 48,2% homens
Faixa etária do Público:
13 a 17 anos - 0%
18 a 24 anos - 1,6%
25 a 34 anos - 13,4%
35 a 44 anos - 17,9%
45 a 54 anos - 12,9%
55 a 64 anos - 9,3%
65+ - 5,3%

YOUTUBE

Inscritos: 5.030
Visualizações do Canal: 271.213

SITE

Tráfego orgânico mensal: 2.953

12. Ponderações legais

Em todo o processo de produção desta campanha institucional simulada, a licitante deve observar e cumprir com: os princípios da publicidade e da impessoalidade, dispostos no caput do art. 37, e seu § 1º, da Constituição Federal; e as especificações determinadas pela Resolução 664/2022, que disciplina a promoção de campanhas publicitárias no âmbito do Poder Legislativo de Maringá.

ANEXO III
TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM
MODELO DE PROCURAÇÃO PARA CREDENCIAMENTO

Por este instrumento particular de Procuração, a empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, representada neste ato por seu(s) (qualificação(ões) do(s) outorgante(s)), Sr(a). _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG n. _____ e do CPF n. _____, nomeia(m) e constitui(em) seu bastante Procurador o (a) Sr(a). _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG n. _____ e do CPF n. _____, a quem confere(m) amplos poderes para representar a (Razão Social da Empresa) perante a Câmara Municipal de Maringá, no que se referir à TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM, com poderes para tomar qualquer decisão durante todas as fases do certame, desistir expressamente da intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, manifestar-se imediata e motivadamente sobre a intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, assinar a ata da sessão, prestar todos os esclarecimentos solicitados pela Comissão Permanente de Licitações, enfim, praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da Outorgante.

A presente Procuração é válida até o dia _____.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)
Nome
Cargo

ATENÇÃO: na hipótese de apresentação de procuração por instrumento particular, com firma reconhecida, a mesma deverá vir acompanhada do contrato social da licitante ou de outro documento, em que esteja expressa a capacidade/competência do outorgante para constituir mandatário.

ANEXO IV
TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM
MODELO DE DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO AO EDITAL

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

A empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ sob n. _____, e com Inscrição Estadual n. _____, neste ato representada por _____, representante legal da empresa, portador(a) da Carteira de Identidade RG n. _____ e inscrito(a) no CPF sob n. _____, DECLARA expressamente que se sujeita às condições estabelecidas no Edital de TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM, julga suficiente os

elementos fornecidos pelo referido Edital e que acatará integralmente toda e qualquer decisão do órgão licitador quanto à classificação e habilitação apenas das licitantes que tenham atendido às condições estabelecidas no Edital e que demonstrem integral capacidade de executar o respectivo objeto.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)

Nome

Cargo

ANEXO V

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

MODELO DE DECLARAÇÃO DE NÃO EXISTÊNCIA DE TRABALHO DE MENORES

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

Declaramos, para os devidos fins e especialmente no que se referir ao Edital de TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM, que a Empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, não mantendo, ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendizes, a partir de 14 (quatorze) anos.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)

Nome

Cargo

ANEXO VI

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

Declaramos, para os devidos fins e especialmente no que se referir ao Edital de TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM, que a Empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, não está impedida de participar de licitação ou de contratar com a Administração Pública, assim como não

foi declarada inidônea por qualquer órgão das Administrações Públicas da União, de Estados ou de Municípios, estando, portanto, apta a contratar com o Poder Legislativo de Maringá, Estado do Paraná.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)

Nome

Cargo

ANEXO VII
TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM
MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA
OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

A Empresa _____, com sede _____, inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, neste ato representada por _____, representante legal da empresa, portador(a) da Carteira de Identidade RG n. _____ e inscrito(a) no CPF sob n. _____, DECLARA, para fins de participação na Tomada de Preços n. 003/2023-CMM, sob as sanções administrativas cabíveis e as penas da lei, que ESTÁ ENQUADRADA como _____ (microempresa ou empresa de pequeno porte), nos termos da legislação vigente, não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no § 4.º do art. 3.º da Lei Complementar n. 123/2006.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)

Nome

Cargo

ANEXO VIII
TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM
MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES IMPEDITIVOS DA
HABILITAÇÃO

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

A Empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, DECLARA, especialmente para atendimento ao Edital de TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM, para todos os

fins de direito, a inexistência de fatos supervenientes impeditivos da habilitação ou que comprometam a idoneidade da licitante nos termos do art. 32, § 2.º, e art. 97 da Lei n. 8.666/93.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)

Nome

Cargo

ANEXO IX

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

1. DADOS DA LICITANTE:

Razão Social:

CNPJ:

Inscrição Estadual:

Endereço:

Cidade:

Estado:

CEP:

Telefone:

Fax:

Homepage:

E-mail:

Pessoa para contato:

Banco:

Agência n.:

Conta Corrente n.:

2. DADOS DO REPRESENTANTE LEGAL QUE IRÁ ASSINAR O CONTRATO A SER CELEBRADO COM A LICITANTE VENCEDORA DA TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM:

Nome completo:

Profissão:

Estado Civil:

Cargo que ocupa na agência:

RG:

CPF:

Endereço:

Telefone:

Celular:

E-mail:

3. PROPOSTA DE PREÇOS PARA OS SERVIÇOS DESCRITOS NO EDITAL DA TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM:

1. O percentual de desconto a ser concedido à Contratante sobre os custos internos da agência, baseados na

Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO é de ____% (_____ POR CENTO);

2. O percentual de desconto a ser concedido à Contratante sobre os honorários de 15% (quinze por cento), referentes à produção e à execução técnica de peças ou materiais publicitários, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por terceiros, é de ____% (_____ POR CENTO).

3. A licitante DECLARA:

a) que os honorários sobre serviços especializados serão apurados com base no valor de mercado;

b) que aceita todas as condições deste Edital sem restrições de qualquer natureza e que, se vencedora da licitação, executará os serviços de acordo com as normas e especificações vigentes neste Poder Legislativo Municipal;

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

d) que sempre negociará as melhores condições de preço;

e) que transferirá à Contratante toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;

4. Prazo de validade da proposta: ____ (_____) dias consecutivos, contados da data de sua apresentação.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)

Nome

Cargo

Observação: A Proposta de Preços deverá atender a todas as condições e requisitos constantes do Item 7 deste Edital.

ANEXO X
TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM
PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. Plano de Comunicação Publicitária – Nota Máxima = 45 pontos

Avaliador: _____

Licitante: _____

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

Nota máxima possível 45 pontos, será avaliado conforme os critérios abaixo:

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
----------	-----------

1. Raciocínio Básico Total: _____

Nota máxima: 05 pontos (20 % = 1 ponto)

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Maringá e do contexto de sua atuação.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
---	--

Justificativa:

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados em relação às necessidades de comunicação publicitária identificadas.	0,00/ 0,45/ 0,80/ 1,15/ 1,50 () () () () ()
--	--

Justificativa:

c) a assertividade demonstrada na análise dos desafios de comunicação a serem superados pela Câmara Municipal de Maringá e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no <i>Briefing</i> .	0,00/ 0,45/ 0,80/ 1,15/ 1,50 () () () () ()
--	--

Justificativa:

2. Estratégia de Comunicação Publicitária Total: _____
 Nota máxima: 10 pontos (20 % = 2 pontos)

a) a adequação do conceito e do tema proposto à natureza, às atividades, aos desafios e aos objetivos de comunicação da Câmara Municipal de Maringá.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
--	--

Justificativa:

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito, do tema e da estratégia apresentada.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
--	--

Justificativa:

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito proposto para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Maringá com o seu público.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
---	--

Justificativa:

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
---	--

Justificativa:

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Maringá, os desafios e os objetivos de comunicação estabelecidos no <i>Briefing</i> .	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
--	--

Justificativa:

3. Ideia Criativa Total: _____

Nota máxima: 20 pontos (20 % = 4 pontos)

a) o alinhamento e a adequação da solução criativa com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta.

0,00/ 0,50/ 1,00/
1,50/ 2,00

() () () () ()

Justificativa:

b) a adequação das peças e materiais publicitários apresentados aos desafios e aos objetivos de comunicação da Câmara Municipal de Maringá.

0,00/ 0,50/ 1,00/
1,50/ 2,00

() () () () ()

Justificativa:

c) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.

0,00/ 0,50/ 1,00/
1,50/ 2,00

() () () () ()

Justificativa:

d) a cobertura do público-alvo através destas interpretações.

0,00/ 0,50/ 1,00/
1,50/ 2,00

() () () () ()

Justificativa:

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem.

0,00/ 0,50/
1,00/1,50/ 2,00

() () () () ()

Justificativa:

f) a clareza da forma com a qual se apresenta.

0,00/ 0,50/ 1,00/
1,50/ 2,00

() () () () ()

Justificativa:

g) a pertinência da solução criativa às atividades da Câmara Municipal de Maringá e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.

0,00/ 0,75/ 1,50/
2,25/ 3,00

() () () () ()

Justificativa:

h) a coesão dos desdobramentos comunicativos entre as peças publicitárias apresentadas.

0,00/ 0,50/ 1,00/
1,50/ 2,00

() () () () ()

Justificativa:

i) a compatibilidade e a adequação das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam.

0,00/ 0,75/ 1,50/
2,25/ 3,00

() () () () ()

Justificativa:

4. Estratégia de Mídia e Não Mídia Total: _____

Nota máxima: 10 pontos (20 % = 02 pontos)

a) a consistência técnica demonstrada na proposição e na defesa da estratégia, das táticas e do plano de mídia.

0,00/ 0,75/ 1,50/
2,25/ 3,00

() () () () ()

Justificativa:

b) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo da campanha, adequando-os aos meios, conforme os objetivos estratégicos.

0,00/ 1,00/ 2,00/
3,00/ 4,00

() () () () ()

Justificativa:

c) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação do plano de mídia.

0,00/ 0,75/ 1,50/
2,25/ 3,00

() () () () ()

Justificativa:

2. Capacidade de Atendimento – Nota Máxima = 25 pontos

Avaliador: _____

Licitante: _____

Nota máxima possível 25 pontos, será avaliada conforme os critérios abaixo:

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
----------	-----------

1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Câmara Municipal de Maringá, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia.

Nota máxima: 05 pontos

A licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores obterá nota integral; a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores **obterá nota zero** e será **desclassificada** com fundamento no item 11.7, “c” do Edital.

0,00/5,00

() ()

Justificativa:

2. Repertório da Licitante

Nota máxima: 06 pontos

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
--	--

Justificativa:

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
--	--

Justificativa:

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
--	--

Justificativa:

3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nota máxima: 09 pontos

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
--	--

Justificativa:

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente.	0,00/ 0,70/ 1,30/ 1,90/ 2,50 () () () () ()
--	--

Justificativa:

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.	0,00/ 0,70/ 1,30/ 1,90/ 2,50 () () () () ()
--	--

Justificativa:

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.	0,00/ 0,50/ 1,00/ 1,50/ 2,00 () () () () ()
---	--

Justificativa:

4. Sistemática de atendimento

Nota máxima: 05 pontos

a) obterá a pontuação de 5,00 pontos a licitante que discriminar:

a.1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias;

a.2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias;

a.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias.

b) obterá a pontuação de 3,35 pontos a licitante que discriminar:

b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias;

b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias;

b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias.

c) obterá a pontuação de 1,70 pontos a licitante que discriminar:

c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias;

c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias;

c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias.

d) obterá a pontuação zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.

0,00/ 1,70 / 3,35/
5,00

() () () ()

Justificativa:

ANEXO XI
TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM
PLANILHA DE APURAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

LICITANTE: _____

1. Percentual de desconto sobre os custos internos da Agência, baseados na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/PR:

Descrição	Pontuação sugerida	Desconto/Pontuação proposta pela licitante
Desconto de 10%	04 pontos	
Desconto de 20%	06 pontos	
Desconto de 30%	08 pontos	
Desconto de 50% ou mais	10 pontos	

2. Percentual de desconto a ser concedido à Contratante sobre os honorários de 15% (quinze por cento),

referentes à produção e à execução técnica de peças ou materiais publicitários, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por terceiros:

Descrição	Pontuação sugerida	Desconto/Pontuação proposta pela licitante
Desconto de 10%	07 pontos	
Desconto de 20%	10 pontos	
Desconto de 33,3% ou mais	20 pontos	

TOTAL DE PONTOS DA LICITANTE (Item 1 + Item 2) = _____ (_____) pontos

ANEXO XII

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

MODELO DE TERMO DE DESISTÊNCIA DE INTERPOSIÇÃO DE RECURSOS

Processo n. 037/2023-CMM

Edital de TOMADA DE PREÇOS n. 003/2023-CMM

A Empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, neste ato representada por _____, declara que desiste expressamente da interposição de recurso contra a fase de _____, referente à TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM, promovida pela Câmara Municipal de Maringá.

_____, ____ de _____ de 2023.

(Assinatura)

Nome

Cargo

ANEXO XIII

TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM

MINUTA DE CONTRATO

A Câmara Municipal de Maringá, órgão independente do Município de Maringá, com sede e foro nesta cidade de Maringá, Paraná, na Avenida Papa João XXIII, n. 239, Zona 02, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 77.926.509/0001-94, neste ato representada pelo seu Presidente, Mário Massao Hossokawa, portador da Carteira de Identidade RG n. 559.861-3/PR e inscrito no CPF sob n. 024.887.369-53, doravante denominada CONTRATANTE, e a empresa _____, com sede em _____, na _____, inscrita no CNPJ/MF sob o n. _____, neste ato representada por seu _____, brasileiro, residente e domiciliado em _____, portador da Carteira de Identidade RG n. _____ e inscrito no CPF sob o n. _____, doravante denominada CONTRATADA, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, a serem realizados na forma de execução indireta, mediante os termos e condições a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato rege-se-á pelas disposições da Lei Federal n. 12.232/2010, Lei Federal n. 8.666/93, Lei n. 4.680/65 e Decreto n. 57.690/66 e suas modificações posteriores.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato os itens, as alíneas, os termos e as condições do Edital de TOMADA DE PREÇOS N. 003/2023-CMM e seus anexos, bem como as disposições constantes das propostas.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de informar o público de interesse.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e execução de pesquisas para geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionadas à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças ou materiais publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.2. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.3. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.4. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Maringá, em conformidade com o art. 3.º da Lei n. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta cláusula.

2.6. Constituem as especificações mínimas dos serviços a serem executados: criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias destinadas à divulgação de publicidade institucional ou cívico-educativa e de valorização da cidadania, conforme previsto na Resolução n. 664/2022, que conferiu nova redação à Resolução n. 477/2002, da Câmara Municipal de Maringá.

2.7. Os serviços de publicidade terão caráter educativo, de orientação, de promoção e de valorização do Legislativo, de forma a atender à política de comunicação social da Câmara Municipal, que tem como princípios básicos a informação e a transparência dos procedimentos e a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos, com a avaliação sistemática dos resultados.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO PRAZO E GARANTIA

3.1. O contrato terá vigência e garantia por 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura.

CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR

4.1. O valor global deste contrato é de até R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais).

CLÁUSULA QUINTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. As despesas com a execução do presente contrato correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

- 3.3.90.39.88.00 – Serviços de Publicidade e Propaganda = até R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais).

- 3.3.90.39.90.00 – Serviços de Publicidade Legal.

5.2. A CONTRATANTE reserva-se ao direito de, a seu critério, **utilizar ou não a totalidade da verba prevista e contratada, sendo que a não utilização dos recursos previstos não gera qualquer direito à Contratada, seja de que natureza o for, inclusive indenizatória.**

CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES

6.1. Caberá à **CONTRATADA**, além das obrigações previstas no Edital, neste Contrato ou dele decorrentes:

a) operar como uma organização completa, fornecer serviços de elevada qualidade e atender a Contratada sempre que solicitada;

a.1) os prazos para elaboração e entrega das peças e materiais publicitários à Contratante, para a sua aprovação, serão de ___ (____) dias, na criação de peça avulsa; ___ (____) dias na criação de campanha; e ___ (____) dias na elaboração de plano de mídia, conforme consignados na Proposta Técnica da CONTRATADA. Havendo a necessidade de ajustes nas peças ou materiais apresentados, os prazos poderão ser prorrogados por, no máximo, 10 (dez) dias, para entrega da versão definitiva, contados da devolução do material a ser retificado.

b) utilizar profissionais de comprovada capacidade técnica para atendimento da execução dos serviços objeto deste Contrato;

c) envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir integralmente à CONTRATANTE os descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens;

c.1) o desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

d) negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias da CONTRATANTE;

e) fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três orçamentos, se outro não for o número estabelecido, com a indicação do mais adequado para execução;

f) somente apresentar orçamentos obtidos junto a fornecedores com comprovada regularidade fiscal e trabalhista, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;

g) se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito;

h) obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de planejamento, produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este Contrato, tornando-se nulas as despesas efetuadas sem a respectiva aprovação prévia;

i) submeter a contratação de terceiros para a execução dos serviços objeto deste contrato à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE, permanecendo a Contratada com todas as suas responsabilidades contratuais perante a CONTRATANTE;

j) orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, *banners*, etc.) aprovadas pela CONTRATANTE;

k) definir a quantidade de material a ser utilizado na veiculação após a aprovação da mídia pela CONTRATANTE, observadas as exigências mínimas estabelecidas no Edital e neste Contrato;

l) tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicado à CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros contratados;

m) só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste Contrato que envolvam o nome da CONTRATANTE mediante sua prévia e expressa autorização;

n) prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;

o) submeter previamente à CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira;

p) manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na

Tomada de Preços que deu origem a este ajuste;

q) cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado a causa;

r) cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;

s) assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;

t) responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

u) administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria CONTRATANTE;

u.1) em casos de contratação de terceiros para a execução de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato;

u.2) em caso de contratação de terceiros, contratar, **obrigatoriamente**, microempresas ou empresas de pequeno porte, em atendimento ao disposto no art. 48, inc. II, da Lei Complementar n. 123/2006;

v) manter, entre si e seus prepostos e terceiros contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE;

v.1) a infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA à responsabilização e à indenização por perdas e danos prevista na legislação ordinária;

w) responder, perante a CONTRATANTE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos, decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na distribuição de publicidade para veiculação, ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato;

x) responsabilizar-se pelos ônus resultantes de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, preservando a CONTRATANTE e a mantendo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações;

y) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato;

z) No caso de empresa com sede fora do Município de Maringá, manter representante legal em filial, departamento ou escritório com endereço em Maringá/PR durante o tempo em que estiver

em vigor o contrato, com capacidade para dirimir quaisquer dúvidas de caráter técnico, jurídico e administrativo originadas de sua execução, bem como para todos os entendimentos que se fizerem necessários entre as partes, sob pena de rescisão contratual.

6.2. Caberá à CONTRATANTE:

a) acompanhar e fiscalizar a execução do fornecimento contratado através de servidores especialmente designados;

b) aprovar previamente, por escrito, todas e quaisquer despesas relacionadas ao fiel cumprimento deste contrato;

c) atestar as notas fiscais após a efetiva entrega/fornecimento dos bens e serviços, objeto desta licitação;

d) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, conforme estabelecido no Edital e neste Contrato;

e) comunicar por escrito à CONTRATADA toda e qualquer orientação acerca dos serviços, exceto os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte e quatro horas;

f) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

g) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

h) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

i) aplicar à Contratada as sanções administrativas regulamentares e contratuais, quando necessário;

j) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.2. A responsabilidade de fiscalização técnica pelo acompanhamento acerca do cumprimento das cláusulas deste Contrato e a coordenação dos serviços prestados fica a cargo do

Coordenador de Comunicação Social da Câmara Municipal de Maringá.

7.3. A responsabilidade fiscal pelo acompanhamento da validade das certidões do FGTS, Certidão Conjunta pertinente aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal, e CNDT durante a execução do contrato ficará a cargo do **gestor de contratos, conforme Lei n. 11.671/2023.**

7.4. A supervisão administrativa, visando assegurar o efetivo e fiel cumprimento deste contrato, será de responsabilidade do **Diretor Geral da Câmara Municipal de Maringá**, que terá poderes, dentre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução do mesmo.

7.5. A fiscalização dos serviços pela CONTRATANTE não desobriga a CONTRATADA da responsabilidade quanto à sua perfeita execução.

7.6. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

7.7. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará o aumento do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.8. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não-aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização/supervisão.

7.9. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por terceiros contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

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

7.11. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO

8.1. A remuneração da CONTRATADA se dará da seguinte forma:

a) pelo ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com desconto de ___% (_____ por cento), baseado na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR;

b) pela percepção de honorários, com desconto de ___% (_____ por cento), sobre os custos de serviços especializados prestados por terceiros, nos casos em que os referidos serviços não proporcionem comissões ou honorários de “produção externa”;

8.1.1. Não haverá percepção de honorários referentes ao planejamento de mídia, campanha e comunicação, visto que esses serviços deverão ser feitos em conjunto com a Contratante.

8.1.2. Os *layouts* reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.3. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à Contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

8.1.4. Pertencem à Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

8.2. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros.

9.1.1. O valor desta cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas oitava e nona deste contrato.

9.2. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

9.2.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de doze meses e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

9.2.2. Qualquer remuneração devida em decorrência de cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

9.2.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporadas(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

9.2.4. A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser repactuadas e reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Público Municipal.

9.2.5. A seu critério, a CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Público Municipal, sendo que, nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.

CLÁUSULA DEZ – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

10.1. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos da 1.^a via original da Nota Fiscal e/ou da Fatura, e 1.^a via original do documento fiscal do fornecedor, emitido em nome da contratante, com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pela CONTRATANTE, mediante crédito na conta corrente n. _____, mantida pela CONTRATADA junto à Agência _____, do Banco _____, da seguinte forma:

10.1.1. Veiculação: em até 15 (quinze) dias da data de apresentação dos documentos de comprovação e cobrança, devidamente atestados pelo responsável técnico designado pela Contratante.

10.1.2. Produção: em até 15 (quinze) dias da data de apresentação dos documentos de comprovação e cobrança, devidamente atestados pelo responsável técnico designado pela Contratante.

10.1.3. Outros serviços especializados realizados por terceiros: em até 15 (quinze) dias da data de apresentação dos documentos de comprovação e cobrança, devidamente atestados pelo responsável técnico designado pela Contratante.

10.2. O atraso no pagamento da obrigação por culpa exclusiva da Contratante ensejará a incidência de juros de 0,5% (meio por cento) ao mês sobre o valor da parcela vencida e correção monetária pelo IPCA, contados da data de vencimento da obrigação.

10.3. 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.

10.4. Pagamentos a terceiros por serviços especializados prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados pela CONTRATADA nos prazos e condições previamente aprovados pela CONTRATANTE e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

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

10.6. De acordo com a previsão contida no Decreto Municipal nº 2126/2022, Instrução Normativa da Receita Federal do Brasil nº 1.234/2012 e a tese fixada pelo Supremo Tribunal Federal, com o julgamento do Recurso Extraordinário com Repercussão Geral nº 1.293.453/RS e Ação Civil Originária nº 2897, os órgãos da administração direta e indireta do município e a Câmara Municipal, ao efetuarem a liquidação ou pagamento à pessoa jurídica pelo fornecimento de bens ou prestação de serviços em geral, ficam obrigados a proceder à retenção do Imposto de Renda (IR). A retenção deverá ser destacada no corpo do documento fiscal, observando os percentuais estabelecidos no Anexo I do Decreto Municipal 2.126/2022, publicado no dia 25/10/2022.

CLÁUSULA ONZE – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

11.1. Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas neste Contrato, garantida a ampla defesa e o contraditório, a CONTRATADA estará sujeita, além das sanções previstas nos arts. 86 a 88 da Lei n. 8.666/1993, na Lei Complementar n. 123/2006, às seguintes sanções:

a) advertência, por escrito;

b) multa administrativa no percentual de 2% (dois por cento), por dia de atraso no fornecimento, sobre o valor do bem e/ou serviço, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do objeto, limitada a 10 % (dez por cento) do valor global do contrato;

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 02 (dois) anos;

d) descredenciamento da empresa faltosa do Cadastro de Registro de Fornecedores (CRC) da Câmara Municipal de Maringá, pelo prazo de até 05 (cinco) anos;

e) 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, na forma da lei, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, com ressarcimento dos prejuízos sofridos pela Administração Pública.

11.2. Estará também sujeito às penalidades previstas nas alíneas “c” e “d” do item anterior a licitante que fizer declaração falsa do atendimento dos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

11.3. Pela inadequabilidade dos bens e/ou serviços fornecidos, a CONTRATADA sujeitar-se-á, sem prejuízo das sanções previstas nas alíneas supramencionadas, à multa de 2% (dois por cento) sobre o valor correspondente ao quantitativo rejeitado, a critério da Contratante.

11.4. Pela recusa do representante legal da adjudicatária em retirar e/ou assinar o instrumento formalizador da avença, este ficará sujeito ao pagamento de 2% (dois por cento) do valor total do contrato, a título de indenização, com exceção dos casos fortuitos ou de força maior.

11.5. As penalidades previstas no item anterior não se aplicarão aos licitantes remanescentes convocados em virtude da não aceitação da primeira colocada, ressalvado o caso de inadimplemento contratual, após a contratação de qualquer das empresas.

11.6. Por infração de qualquer outra cláusula contratual não prevista nos subitens anteriores, será aplicada multa de 2% (dois por cento) sobre o valor total do fornecimento, descontável automaticamente do valor a ser creditado mensalmente em favor da Contratada, cumulável com as demais sanções, inclusive rescisão contratual, se for o caso.

11.7. A penalidade de multa poderá ser aplicada de forma isolada ou cumulativamente com as demais.

11.8. Quaisquer multas aplicadas deverão ser recolhidas aos cofres públicos da Municipalidade, em até 05 (cinco) dias úteis, contados de sua publicação no Órgão Oficial do Município de Maringá, podendo, ainda, ser descontadas de qualquer fatura ou crédito existente, a critério da CONTRATANTE.

CLÁUSULA DOZE – DA RESCISÃO CONTRATUAL

12.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei Federal n. 8.666/93, e, ainda, pelo desatendimento das obrigações previstas neste Contrato.

12.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, a CONTRATANTE deverá efetuar o ressarcimento de despesas por ela autorizadas e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA.

12.3. Em caso de rescisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outra agência de propaganda, caberá à CONTRATANTE decidir pela continuidade do presente contrato.

CLÁUSULA TREZE – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

13.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de publicidade/propaganda e normas correlatas no objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, e com a moral e os bons costumes.

13.2. A eficácia do Contrato fica condicionada à publicação resumida do instrumento pela Administração, na Imprensa Oficial, até o quinto dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura.

13.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal n. 8.666/93, os quais a CONTRATADA aceita e aos quais se submete.

13.4. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia, tampouco afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do acordado entre as partes.

13.5. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas no site da Câmara Municipal de Maringá, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados, em atendimento ao disposto no art. 16 da Lei Federal n. 12.232/2010.

13.5.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

13.6. A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, em atendimento ao disposto no art. 17 da Lei Federal n. 12.232/2010.

CLÁUSULA QUATORZE – DOS ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES

A CONTRATADA se obriga a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões no volume de serviços, até o limite de 25% do valor inicial do contrato atualizado, excluídos sempre do cálculo eventuais reajustes, ressalvado o disposto no subitem 5.2 deste contrato.

CLÁUSULA QUINZE – DO FORO

Fica eleito o foro da Comarca de Maringá/PR como o único capaz de dirimir as questões decorrentes do presente contrato, caso não sejam resolvidas administrativamente.

E, por estarem de acordo com o ajustado, as partes assinam o presente instrumento, depois de lido e achado conforme, perante as testemunhas que também o assinam, em duas vias, de igual teor, para um só efeito jurídico.

Maringá/PR, ____ de _____ de 2023.

CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ
Mário Massao Hossokawa
CONTRATANTE

CONTRATADA



Documento assinado eletronicamente por **Mário Massao Hossokawa, Presidente**, em 23/08/2023, às 18:18, conforme Lei Municipal 9.730/2014.



Documento assinado eletronicamente por **Pedro Mendes Ferreira Neto, Presidente**, em 23/08/2023, às 18:21, conforme Lei Municipal 9.730/2014.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://sei.cmm.pr.gov.br/verifica> informando o código verificador **0308830** e o código CRC **1A050FAE**.
