

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 4887/2024
CONCORRÊNCIA Nº 005/2024

O MUNICÍPIO DE ASSIS CHATEAUBRIAND, por meio do Departamento de Licitações da Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand, Estado do Paraná, torna público que, a Comissão Especial de Licitações, designada pela Portaria nº. 315/2024 de 03 de Abril de 2024, e, com a devida autorização expedida pelo Prefeito Municipal de Assis Chateaubriand - PR, e em conformidade com a Lei Federal nº 14.133/2021 e demais legislações aplicáveis, torna pública a realização de licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, do tipo “**TÉCNICA E PREÇO**”, nos moldes da legislação mencionada, bem como da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e, de forma complementar, pelas Leis nº 4.680, de 18 de junho de 1965; do Decreto nº 57.690/66; Lei Estadual nº 15.608/07, Lei Complementar nº 123/06, para a escolha da melhor proposta do objeto no item 1.

Os envelopes contendo os **INVÓLUCROS nº 1, nº 2, nº 3, e nº 4.**, deverão ser **protocolados** na Prefeitura Municipal, até às **08:30 (oito horas e trinta minutos)**, do dia **24 (vinte e quatro) de outubro de 2024**, havendo uma tolerância máxima de 5 (cinco) minutos em relação ao horário estabelecido, o que deve ser comprovado pelo horário constante na etiqueta do protocolo.

A **abertura da 1ª sessão pública** ocorrerá às **09:00 (nove) horas**, do mesmo dia, na sala de reuniões da Prefeitura Municipal, pelo Presidente da Comissão de Licitação instituída pelo Prefeito Municipal. **Conforme prevê o item 11.1.1.9, do presente edital;**

As propostas técnicas serão analisadas e julgadas pela **Subcomissão Técnica** designada por meio da Portaria nº 1154/2024 de 07 de Junho de 2024, que fora selecionada mediante sorteio em sessão pública após a devida publicação do edital de Sorteio Subcomissão Técnica nº 001/2024, cujas inscrições foram realizados conforme Chamamento Público nº 002/2024, no período de 24 de Abril até 15 de Maio de 2024, nos termos estabelecidos na Lei nº 12.232/2010.

Os envelopes de propostas técnicas e de preços serão recebidos, em sessão pública, às **09:00 (nove) horas** do dia **24 de outubro de 2024**. Os documentos de habilitação serão recebidos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Licitação, após a classificação final das propostas.

Esta concorrência será realizada com base na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e suas alterações e nas disposições deste Edital.

Serão disponibilizados no site www.assischateaubriand.pr.gov.br [link licitações] todos os avisos, comunicados e esclarecimentos pertinentes ao edital. Compete ao licitante acessar o site para obter as informações.

1. OBJETO

1.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade, prestados por agência de propaganda.

1.2. Serviços de publicidade compreendem o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários aos veículos e demais meios de divulgação, sempre com caráter educativo, informativo ou de orientação social ao público em geral.

1.3. Integram também o objeto deste certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

b) à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

c) ao planejamento e à execução de pesquisas de opinião pública e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados às campanhas e ações publicitárias;

d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

1.4. Os serviços previstos nos itens 1.2 e 1.3 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, bem como a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1. Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.5. Os serviços objeto da presente licitação abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Assis Chateaubriand.

1.6. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.6.1. Os serviços de que tratam este certame serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n° 4.680/65 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4° da Lei n° 12.232/2010.

1.6.2. A contratada atuará por ordem e conta do Município de Assis Chateaubriand, de acordo com as solicitações da Assessoria Municipal de Comunicação Social.

1.6.3. É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços de concepção e criação das ações de publicidade. As demais ações poderão ser subcontratadas a critério e sob supervisão da agência contratada. Para essa subcontratação, a contratada deverá apresentar lista de fornecedores, a ser validada pela Assessoria de Comunicação e ocorrer mediante cotação de preços dentre três opções de produção para cada peça ou atividade, sempre que possível.

1.7. Não está contemplada no objeto deste certame a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos, atos oficiais e informações determinadas por força de lei ou regulamento veiculada via Diário Oficial.

1.8. Na execução do objeto não será permitida a realização de qualquer espécie de publicidade que não esteja estritamente vinculada aos fins educativos, informativos ou de orientação social, em conformidade com o disposto no artigo 37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedada a publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de autoridade ou de servidor público, não sendo permitida também a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, em conformidade com o art. 2º, caput, da Lei 12.232/2010 e Lei 14.133/2021.

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1 Poderão participar desta concorrência :

a) Os licitantes que atenderem as condições do Edital e apresentarem os documentos nele exigidos;

b) As agências de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei n° 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo de Normas Padrão

(CENP), conforme estabelecido no art. 4º da Lei 12.232/2010.

2.2 Não poderão participar desta concorrência:

- a) os interessados que estejam cumprindo as sanções previstas nos incisos III e IV do artigo 156 da Lei nº 14.133/2021. Ficam impedidas de licitar as empresas cujo CNPJ e CPF dos sócios e responsáveis técnicos estiverem com restrições junto ao Tribunal de Contas do Paraná. A consulta será realizada na página oficial do Tribunal de Contas do Paraná na internet no momento da fase de habilitação;
- b) Empresas em processo de recuperação judicial, extrajudicial, em concurso de credores, dissolução ou liquidação, ou cuja falência tenha sido decretada;
- c) Empresas inadimplentes em obrigações assumidas com o Município;
- d) Empresas que estejam reunidas em consórcio;
- e) Empresas estrangeiras que não funcionem no País; e
- f) Servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação.

2.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

2.4. A participação na presente concorrência implica para a licitante, tacitamente, na confirmação de que **recebeu da Comissão de Licitação o INVÓLUCRO previsto no subitem 3.1.2.1.5** e recebeu as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.5. As licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta concorrência, ressalvado que o Município de Assis Chateaubriand não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado da Concorrência.

3. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E DAS PROPOSTAS

3.1. Os documentos de habilitação e as propostas técnicas deverão ser apresentados à Comissão de Licitação em **INVÓLUCROS** distintos e separados, todos fechados, conforme informações a seguir discriminadas.

3.1.2 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três **INVÓLUCROS** distintos:

a) Plano de Comunicação – Via Não Identificada, no **INVÓLUCRO n° 1**.

3.1.2.1. O **INVÓLUCRO n° 1**, Proposta Técnica: Plano de Comunicação – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), **não poderá** ter nenhuma identificação da licitante na **parte externa e parte interna**, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação até a abertura do **INVÓLUCRO n° 2**.

3.1.2.1.1. A Comissão de Licitação somente aceitará o Plano de Comunicação – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **INVÓLUCRO n° 1** fornecido obrigatoriamente pelo Departamento de Compras, a pedido da licitante interessada na presente licitação.

3.1.2.1.2. O Plano de Comunicação – Via Não Identificada, deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- Em papel branco A4, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

- Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda;
- Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- Com texto em fonte “arial”, estilo “normal”, tamanho 12 (doze) pontos, cor da fonte “automático”;
- Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, na mesma fonte e formato dos textos;
- Em caderno único e com espiral preta colocada à esquerda;
- Sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

3.1.2.1.3. O Plano de Comunicação – Via Não Identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possa identificar sua autoria, sob pena de desclassificação.

3.1.2.1.4. Os exemplos de peças mencionados no subitem **5.1.1.3.2**, que constituem a Ideia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se ao tamanho do **INVÓLUCRO**.

3.1.2.1.5. O **INVÓLUCRO nº 1** deverá ser retirado pela interessada, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço e telefone de contato, até o dia **10 de outubro de 2024, no horário das 08h00min às 00:00h ou das 00h00min às 00:00h, de segunda a sexta-feira**, no Departamento de Compras, na Avenida Cívica, s/nº, Paço Municipal, Assis Chateaubriand/PR.

b) Plano de Comunicação – Via Identificada, no INVÓLUCRO nº 2

3.1.2.2. O **INVÓLUCRO nº 2**, Proposta Técnica: deverá ter como conteúdo o mesmo Plano de Comunicação apresentado no invólucro nº 1 **com a devida identificação da licitante** (externa e internamente), para que, após a avaliação e julgamento do conteúdo do invólucro nº 1, a Comissão de Licitação possa identificar os licitantes.

INVÓLUCRO nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação.

Concorrência nº 005/2024

À Comissão de Licitação

Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand

Departamento de Compras

Razão social da licitante:

CNPJ da licitante:

c) O INVÓLUCRO nº 3, Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com as seguintes informações em sua parte externa:

INVÓLUCRO nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Concorrência nº 005/2024

À Comissão de Licitação

Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand

Departamento de Compras

Razão social da licitante:

CNPJ da licitante:

3.1.2.3. O **INVÓLUCRO nº 3** será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.3 O **INVÓLUCRO nº 4** - Proposta de Preço deverá ser acondicionada com as seguintes informações em sua parte externa:

INVÓLUCRO nº 4

Proposta de Preço

Concorrência nº 005/2024

À Comissão de Licitação
Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand
Departamento de Compras
Razão social da licitante:
CNPJ da licitante:

3.1.3.1. O **INVÓLUCRO nº 4** será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.3.2. A Proposta de Preço deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter preferencialmente suas páginas numeradas sequencialmente e ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta deverá ser datada e assinada, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.1.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados no **INVÓLUCRO nº 5**, com as seguintes informações em sua parte externa:

INVÓLUCRO nº 5
Documentos de Habilitação
Concorrência nº 005/2024
À Comissão de Licitação
Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand
Departamento de Compras
Razão social da licitante:
CNPJ da licitante:

3.1.4.1. O **INVÓLUCRO nº 5**, que deverá ser entregue à **Comissão de Licitação apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do art. 6º, inciso I da Lei nº 12.232/10**, será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.4.1.1. A entrega deste **INVÓLUCRO** será feita pela licitante em sessão pública **conforme convocação emitida pela Comissão de Licitação.**

3.1.4.2. Os Documentos de Habilitação deverão ter, preferencialmente, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser obrigatoriamente, apresentados em uma das seguintes formas: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Somente serão aceitas cópias legíveis que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Licitação.

3.2. No ato da entrega dos **INVÓLUCROS** das Propostas Técnica e de Preço, o representante da licitante apresentará à Comissão de Licitação o **documento que o credencia a participar do certame, juntamente com seu documento de identidade RG ou documento oficial com foto.**

3.2.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em **cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa**, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão de Licitação ateste sua autenticidade.

3.2.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo I**. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

3.2.3. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de acompanhar a licitação, mas ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

4. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (INVÓLUCRO nº 5)

4.1. As empresas participantes da licitação deverão incluir no **INVÓLUCRO nº 5 – HABILITAÇÃO** os seguintes documentos:

4.1.1. Relativa à habilitação jurídica: (em caso de cópias devem estar autenticados)

- a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- c.1) os documentos mencionados na alínea “c” deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- d) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
- e) decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

4.1.2. Relativa à qualificação técnica:

- a) Declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste a qualidade técnico-operacional dos serviços, compatíveis aos do objeto desta Concorrência, prestados à declarante pela licitante.
- b) **Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento no CENP** – Conselho Executivo de Normas e Padrão de Publicidade, ou por entidade equivalente, conforme estabelecido no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

4.1.3 - Qualificação econômico-financeiro, que compreende:

a) - Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

a.1.) comprovação do balanço patrimonial será feita da seguinte forma:

a.1.1.) - no caso de sociedades anônimas, cópia autenticada do balanço patrimonial e demonstrações contábeis, publicados no Diário Oficial do Estado/ Distrito Federal ou, se houver, do município da sede da empresa;

a.1.2.) – as demais empresas, Sociedade de Responsabilidade Limitada (LTDA), Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), Empresário Individual (EI) e outras, cópia autenticada das páginas do Livro Diário, contendo Termo de Abertura, Balanço Patrimonial, Demonstrações Contábeis e Termo de Encerramento, com o respectivo registro na Junta Comercial.

a.1.3) para fins do subitem a.1.2, as empresas que adotarem o SPED Contábil (Sistema Público de Escrituração Digital) deverão apresentar impressos: o arquivo da ECD que contenha o Balanço Patrimonial do último exercício (arquivo transmitido por meio do SPED em formato.txt); e o Termo de Autenticação (recibo gerado pelo SPED).

4.1.3.1 - Balanço Patrimonial e Demonstrações contábeis do último exercício social, que deverá apresentar os seguintes itens financeiros:

4.1.3.1.1 - ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE - (ILC): Ativo Circulante sobre Passivo Circulante, igual ou superior a **1,2** (um inteiro e dois décimo);

4.1.3.1.2 - ÍNDICE DE ENDIVIDAMENTO GERAL - (IEG): Passivo Exigível: (Passivo Circulante + Passivo Exigível a Longo Prazo) sobre Ativo Total, igual ou inferior a **0,8** (zero vírgula oito décimos);

4.1.3.1.3 - ÍNDICE DE LIQUIDEZ GERAL - (ILG): Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante). Total, igual ou maior a 1,2 (um vírgula dois);

4.1.3.1.4 - As demonstrações contábeis (ILC, IEG e ILG) deverão conter os valores e índices obtidos conforme modelo estabelecido no Anexo VI.

4.1.3.2 – As empresas constituídas no curso do exercício em que se processa a licitação poderão participar do certame, mediante exibição do balanço de abertura.

4.1.3.3 – Comprovação de **Capital Social** mínimo em valor correspondente a **R\$ 90.000,00 (noventa mil reais)**, mediante apresentação de Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devidamente registrado ou publicado, ou mediante certidão simplificada expedida pela Junta Comercial, ou ainda Certificado de Registro Cadastral emitido pelo Município de Assis Chateaubriand ou outro órgão.

4.1.4. Relativa à regularidade fiscal:

- a) Prova de regularidade relativo a tributos federais através de Certidão Unificada tanto do âmbito da Receita Federal quanto no âmbito da Procuradoria da Fazenda Nacional. A unificação das Certidões Negativas está prevista na Portaria MF 358, de 05 de setembro de 2014.
- b) Prova de regularidade para com a *Receita Estadual*, mediante apresentação de **Certidão negativa de Tributos Estaduais ou positiva com efeito de negativa**, expedida pela Secretaria de Estado da Fazenda, do domicílio ou sede da licitante ou outra equivalente na forma da lei;
- c) Prova de regularidade para com a *Fazenda Municipal*, mediante apresentação de **Certidão negativa de débitos municipais ou positiva com efeito de negativa**, expedida pela Secretaria Municipal da Fazenda ou órgão equivalente do domicílio ou sede da licitante;
- d) Prova de Regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante apresentação de Certificado de Regularidade do **FGTS – CFR**, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei; expedido pela Caixa Econômica Federal, através do site: www.caixa.gov.br;
- e) Comprovante de inscrição e de situação cadastral no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (**CNPJ**).
- g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT)**, expedida pelo Tribunal Superior do Trabalho.
- g) **Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial**, expedida pelo cartório distribuidor da comarca sede da licitante, **com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias;**

4.1.4.1. Todas as certidões deverão estar em vigor quando da apresentação dos documentos de habilitação. Será considerada como válida pelo prazo de até 90 (noventa) dias, contado a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

4.1.5. Declaração de inexistência de empregados menores

a) Declaração de inexistência de empregados menores, em cumprimento do disposto no Inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021 e Inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme **Anexo II**.

4.2. Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da

filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

5. PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS nº 1, nº 2 e nº 3)

5.1. A Proposta Técnica consistirá em **quatro** quesitos:

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

5.1.1.1. Raciocínio Básico: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o problema específico de comunicação e os objetivos de comunicação;

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

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

b) explicitará e defenderá a estratégia de comunicação sugerida para a solução do problema específico de comunicação e atendimento dos objetivos de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar. A estratégia de comunicação deve contemplar as ações publicitárias e as demais ações de comunicação que, de acordo com a licitante, sejam relevantes para a solução do problema de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação.

5.1.1.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha exclusivamente publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e de atendimento dos objetivos de comunicação.

5.1.1.3.1. A licitante apresentará uma relação, em forma de lista, de todas as peças integrantes da campanha apresentadas na ideia criativa e nos exemplos de peças, incluídas as eventuais reduções e variações de formato, considerando que os exemplos de peças estão condicionados e limitados ao que está disposto na alínea “a” do subitem **5.1.1.3.2.**

5.1.1.3.2. Os exemplos de peças:

a) estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

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

5.1.1.3.3. A peça não mídia é facultativa, mas se apresentada só serão aceitos exemplos finalizados e os mesmos não serão pontuados.

5.1.1.3.4. Se forem apresentadas peças como parte de um *kit*, cada uma delas será computada no limite de que trata a alínea “a” do subitem **5.1.1.3.2.**

5.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha exclusivamente publicitária (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Assis Chateaubriand.

b) simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata o subitem **5.1.1.3.1.**, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

5.1.1.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios;

e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

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

5.1.1.4.3. Na simulação de que trata a alínea “b” do subitem **5.1.1.4.**:

- a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de terceiros.

5.1.1.5. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvado que as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos, a página prevista no subitem **5.1.1.3.1**, os roteiros das peças de que trata o subitem **5.1.1.3** e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas “a” e “b” do subitem **5.1.1.4** não serão computados nesse limite de páginas.

5.1.2. Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época = da publicação do edital desta licitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Assis Chateaubriand, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

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

5.1.3.1. Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas.

5.1.3.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação, distribuição, exibição ou exposição e menção de pelo menos um veículo ou espaço que a divulgou, exibiu ou expôs.

5.1.3.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas via link, ou em arquivos em PDF, no caso de áudio e vídeo, mp3 ou mp4 e as peças gráficas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand.

5.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até dois *cases*, relatando, em no máximo três páginas cada, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação.

5.1.4.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand.

5.1.4.2. É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou

característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em via link, ou em arquivos em PDF, no caso de áudio e vídeo, mp3 ou mp4 e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.2. Caberá à Assessoria de Comunicação Social decidir se as campanhas publicitárias da proposta vencedora serão ou não produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

6. PROPOSTA DE PREÇO (INVÓLUCRO n° 4)

6.1. A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão de Licitação, devidamente fechado, com as seguintes informações em sua parte externa:

INVÓLUCRO n° 4

Proposta de Preços

Concorrência n° 005/2024

À Comissão de Licitação

Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand

Departamento de Compras

Razão social da licitante:

CNPJ da licitante:

6.1.1. A Proposta de Preço deverá ser preenchida apenas com as informações constantes do **Anexo IV**.

6.2. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

6.3. A não explicitação de qualquer despesa necessária à perfeita realização do serviço será interpretada como não existente ou já incluída no preço, não podendo a licitante pleitear acréscimo após a abertura das propostas e durante a execução contratual.

7. JULGAMENTO E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas pela subcomissão técnica nomeada pela Portaria n° 1154/2024, de 07 de Junho de 2024, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

7.2 Serão levados em conta, conforme previsto no subitem 11.1, como critério de julgamento, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

7.2.1 Plano de Comunicação

7.2.1.1- Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação.

7.2.1.2 Estratégia de Comunicação:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de ASSIS CHATEAUBRIAND com seus públicos;

- d)** a adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação;
- e)** a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;
- f)** a capacidade de identificar opções de abordagem de comunicação e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g)** a capacidade de articular os conhecimentos sobre o problema específico de comunicação, os objetivos de comunicação, os públicos e a verba disponível.

7.2.1.3 Idéia Criativa:

- a)** sua adequação ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;
- b)** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c)** a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d)** a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e)** a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f)** sua pertinência às atividades do Município de ASSIS CHATEAUBRIAND;
- g)** os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h)** a exequibilidade das peças;
- i)** a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

7.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a)** o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
- b)** a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c)** a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d)** a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de ASSIS CHATEAUBRIAND;
- e)** a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f)** a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.2.2 Capacidade de Atendimento:

- a)** o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b)** a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Município de ASSIS CHATEAUBRIAND, considerada, nesse caso, também a quantificação do quadro;
- c)** a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição do Município visando a execução do objeto do contrato;

- d) a operacionalidade do relacionamento entre o Município de ASSIS CHATEAUBRIAND e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de ASSIS CHATEAUBRIAND, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

7.2.3 Repertório:

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

7.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

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

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

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

a) Plano de Comunicação - nota máxima total: 55 [cinqüenta e cinco] pontos

- a1) Raciocínio Básico - nota máxima: 10 [dez] pontos;
- a2) Estratégia de Comunicação – nota máxima: 10 [dez] pontos;
- a3) Idéia Criativa – nota máxima: 25 [vinte e cinco] pontos;
- a4) Estratégia de Mídia – nota máxima: 10 [dez] pontos;
- b) Capacidade de Atendimento 5 [cinco] pontos;
- c) Repertório - 5 [cinco] pontos;

c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 5 [cinco];

7.3.2 A nota do quesito ou do subquesito corresponderá à média aritmética da pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica;

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

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

7.3.3 A nota da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

7.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que não atender às exigências do presente Edital;

7.5. Será considerada melhor classificada na fase do julgamento técnico a licitante que obtiver a **maior pontuação** na soma das notas dos quesitos.

7.5.1. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante melhor classificada, será assim considerada a que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens **7.2.1** a **7.2.4**.

7.5.2. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item **12** e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8. JULGAMENTO E VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

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

8.2 O quesito a ser valorado, integrante da Proposta que constitui o Anexo IV, é o seguinte:

a) percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.3 - Será desclassificada a Proposta de Preço que:

8.3.1 Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preço baseado em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

8.3.2 Apresentar percentual de honorários superior a 6% (seis por cento) incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.4 Será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar o menor percentual de honorários sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

8.5 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão considerará o preço por extenso.

9. EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. A Comissão de Licitação examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, em sessão pública para a qual serão convocadas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

9.2. Condições exclusivas para a habilitação de microempresas e empresas de pequeno porte:

9.2.1. Para ter direito aos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006, as empresas que exerçam atividade comercial deverão apresentar, quando solicitado pela Comissão, Certidão expedida pela Junta Comercial. No caso de empresas que atuem em outra área que não a comercial, deverá ser apresentado quando solicitado pela Comissão de Licitação, documento expedido pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas.

9.2.2. As empresas que se enquadrarem nas hipóteses previstas no art. 3º e incisos da Lei Complementar nº 123/2006 deverão apresentar toda a documentação de habilitação, mesmo que os documentos de regularidade fiscal apresentem alguma restrição, e serão habilitadas, sob condição resolutive.

9.2.3. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 2 (dois) dias úteis para regularização da documentação, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o licitante for

declarado vencedor do certame, ficando facultado à comissão a prorrogação do prazo por igual período.

9.2.4. A não regularização da documentação no prazo previsto implicará a decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 90, § 5º da Lei nº 14.133/2021, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes na ordem de classificação para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação, nos termos do art. 43, § 2º, da Lei Complementar nº 123/2006.

9.2.5. O não atendimento ao solicitado acarretará na inabilitação da empresa participante.

10. JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA

10.1. O julgamento final desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021 para o tipo **Técnica e Preço**, conforme inciso IX do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

10.2. Será considerada **vencedora** desta Concorrência **a licitante melhor classificada na Proposta Técnica**, que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas.

11. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

11.1. Todos os procedimentos e julgamentos serão realizados pela Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

11.1.1. Serão realizadas **4 (quatro) reuniões públicas**, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

11.1.1.1. Serão lavradas atas circunstanciadas das reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Licitação, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

11.1.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

11.1.1.3. A Assessoria de Comunicação Social poderá, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível pelas licitantes melhor classificadas, para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

11.1.1.4. É facultada à Comissão de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preço.

11.1.1.5. A Comissão de Licitação poderá, no interesse do Município de Assis Chateaubriand, relevar omissões puramente formais nos Documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

11.1.1.7. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento resultará na sua imediata desclassificação.

11.1.1.8. A Comissão de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

11.1.1.9. A **1ª sessão pública**: será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste edital, nos moldes do artigo 11 da Lei nº 12.232/10, e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem **3.2**;
- b) receber os **INVÓLUCROS n° 1, n° 2, n° 3, e n° 4**.
- c) conferir se o **INVÓLUCRO n° 1** apresenta em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus **INVÓLUCROS**;

11.1.1.10. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos Envelopes de Proposta Técnica e de Preço.

11.2. Em ato contínuo, a Comissão procederá a abertura dos invólucros com a via não identificada do Plano de Comunicação (Invólucro n° 1) e Proposta Técnica referente à capacidade de atendimento, repertório e relatos (Invólucro n° 03), encaminhando-as na sequência à Subcomissão Técnica para análise e julgamento. A Comissão informará que será publicado no Diário Oficial do Município aviso indicando data, hora e local da próxima reunião com vistas à apuração do resultado geral.

11.3. De posse dos invólucros 1 e 3, a Subcomissão Técnica irá:

- a) realizar análise individualizada do plano de comunicação publicitária (Invólucro 1), julgando-o de acordo com os critérios estabelecidos neste edital, desclassificando as empresas que não respeitaram as exigências legais e editalícias.
- b) elaborar ata de julgamento do plano de comunicação, encaminhando à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas, planilhas com as pontuações dadas por cada membro da Subcomissão Técnica e justificativas das razões que fundamentaram cada caso.
- c) analisar quesitos do invólucro 3, julgando-o de acordo com os critérios estabelecidos neste edital, desclassificando as empresas que não respeitarem as exigências legais e editalícias.
- d) elaborar ata de julgamento dos quesitos, encaminhando à Comissão de Licitação, juntamente com propostas, planilhas com as pontuações dadas por cada membro da Subcomissão Técnica e justificativas das razões que fundamentaram cada caso.

11.4. Caso se constate nos documentos do **INVÓLUCRO n° 1**, em qualquer momento anterior à abertura do **INVÓLUCRO n° 2**, a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, a licitante será automaticamente desclassificada e impedida de participar das fases posteriores do certame.

2ª sessão pública:

11.5. Recebidas as atas da análise das Propostas Técnicas (**INVÓLUCROS n° 1 e n° 3**), a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do item **12**, para participar da **2ª sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir o **INVÓLUCRO n° 2**;
- c) cotejar as vias não identificadas (**INVÓLUCRO n° 1**) com as vias identificadas (**INVÓLUCRO n° 2**) do Plano de Comunicação para a identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha com as notas às Propostas Técnicas, constituídas dos quesitos Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em ordem decrescente de classificação, de acordo com a metodologia estabelecida nos subitens **7.1 a 7.5**;
- e) proclamar o resultado de julgamento das Propostas Técnicas;

11.5.1. Se todos os representantes das licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos às decisões desta fase, que compreende o julgamento do conteúdo dos **INVÓLUCROS n° 01, 02 e 03**.

11.5.2. Em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, caberá manifestação da Comissão de Licitação.

11.6. A terceira sessão pública terá a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir o **INVÓLUCRO nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las, de acordo com os critérios estabelecidos no item 8;
- d) identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- e) realizar com a licitante melhor classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 14.133/2021, art. 61, §§ 1º e 2º, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- f) realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- g) declarar vencedora desta concorrência a licitante melhor classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- h) publicar o resultado final da classificação na forma do item **12, concedendo o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos.**

11.7. Após o decurso do prazo recursal, a Comissão de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para a **quarta sessão pública**, com vistas a apresentação dos documentos de Habilitação (Invólucro nº 5). Os invólucros serão recebidos e abertos pela Comissão de Licitação, que fará a análise da sua conformidade com as condições estabelecidas neste edital, elaborando-se a competente ata de julgamento e oportunizando a interposição de recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

11.7.1. À vista do relatório da Comissão de Licitação, o Sr. Prefeito homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.

12. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

12.1 Por decisão da Comissão de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir:

- a) nas reuniões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial do Município;
- c) na internet, por meio do sítio www.assischateaubriand.pr.gov.br, no link licitações, anexo ao edital de Concorrência em questão.

13. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade, nos termos da Lei nº 14.133/2021. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado de segunda à sexta-feira, das 8h00min às 12h00min ou das 13h30min às 17h30, diretamente no Departamento de Compras do Paço Municipal, na Avenida Cívica, s/nº, Centro, Assis Chateaubriand/PR. **Podendo ser aceitos através de endereço eletrônico (comprasassis@hotmail.com).**

13.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até = **3 dias úteis** antes da data da abertura do **INVÓLUCRO** contendo as propostas técnicas, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no subitem anterior.

13.2.2. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

13.3. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de **3 dias úteis** a contar do conhecimento da decisão correspondente, em petição escrita dirigida à Comissão Especial de Licitação e protocolizada no Departamento de Compras do Paço Municipal, sito Avenida Cívica, s/nº, Centro,

Assis Chateaubriand/PR, de segunda a sexta-feira, das 8h00min às 12h00min ou das 13h30min às 17h30. Podendo ser aceitos através de endereço eletrônico (comprasassis@hotmail.com).

13.4. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de **3 dias úteis**

13.5. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Sr. Prefeito, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

13.6. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

13.7. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Licitação - motivadamente e se houver interesse para o Município de Assis Chateaubriand - atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

14. VALOR DO CONTRATO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

14.1 O valor do contrato está estimado em **R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais)**.

14.2 Os recursos para a execução dos serviços estão previstos no Orçamento Fiscal do Município de ASSIS CHATEAUBRIAND na dotação orçamentária:

Órgão	Unid	Função	Sub-Função	Programa	P /A/O	Despesa	Categoria	Fontes
5	0201	4	131	1050	2 4	11838	339039880000	000

14.2.1 - Caso houver a necessidade de alteração de dotação orçamentária ou a inclusão de Fonte de Recursos, será processada de forma unilateral por parte da Contratante, através de Decreto, nos termos da Alínea “a”, Inciso I do artigo 124 da Lei 14.133/2021.

14.3 O Município de ASSIS CHATEAUBRIAND se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

14.4 Para o exercício seguinte, novas dotações deverão ser informadas tomando-se por base o PPA 2022/2025 e a LDO/LOA do ano correspondente.

15. CONDIÇÕES CONTRATUAIS: VIGÊNCIA; CASOS DE RESCISÃO; OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA; OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE E DIREITOS AUTORAIS

15.1. A licitante vencedora terá o prazo de até **5 (cinco)** dias, contados a partir da convocação, para assinar o contrato, nos moldes da minuta constante do **Anexo VII**.

15.1.1. O **Anexo VII**, parte integrante do presente edital, contempla: obrigações contratuais da contratada, cláusula quarta; obrigações do contratante, cláusula quinta; direito autorais, cláusula nona.

15.2. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados no subitem 15.1, o Município de Assis Chateaubriand poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência.

15.2.1. Será aplicada a multa compensatória prevista na alínea “a” do subitem **18.1**, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa em constituir a garantia contratual prevista;
- b) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- c) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

15.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá **vigência de 12 (doze) meses a contar de sua assinatura.**

15.3.1. - Haverá possibilidade de reajustamento anual dos preços após decorridos 12 (doze) meses da data da assinatura do contrato, ou 12 (doze) meses da data do último reajuste, desde que prorrogado o prazo de execução do contrato, observando-se o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (IBGE), ou outro índice que venha substituí-lo, mediante solicitação expressa da Contratada e desde que se verifique que os preços decorrentes da aplicação do índice se encontrem dentro do valor de mercado e se mostrem vantajosos para o Município, mediante acordo entre as partes, nos termos do art.107 da Lei 14.133/2021.

15.3.2. Os serviços deverão ser executados no prazo de até 02 (dois) dias após solicitação expressa pela Gerência de Comunicação Social, salvo se ajustado entre as partes prazo diverso, a depender da complexidade do serviço demandado.

15.4. No interesse do Município de Assis Chateaubriand, a futura **contratada** ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 125, da Lei nº 14.133/2021.

15.5. O Município de Assis Chateaubriand 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 nº 14.133/2021 e no contrato a ser firmado entre as partes.

15.5.1. A rescisão do contrato, de acordo com o que preceituam os arts. 139 da Lei nº 14.133/2021, poderá ser:

- a) determinada por ato unilateral e escrito do Município de Assis Chateaubriand, através do Departamento de Compras, nos casos enumerados no art. 138 incisos I a III e §§ 1º e 2º, da Lei nº 14.133/2021;
- b) amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para o Município de Assis Chateaubriand;
- c) judicial, nos termos da legislação processual.

15.5.2. O contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a **contratada**:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderão por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o Município de Assis Chateaubriand, como consequência, venha a sofrer;
- f) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida nos respectivos contratos;
- g) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública.

15.6. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do Município de Assis Chateaubriand, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

15.7. Será da responsabilidade da **contratada** o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e

despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

15.8. Obriga-se também a **contratada** por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venha a ser atribuída por força de lei, relacionada com o cumprimento do presente Edital e do contrato.

15.9. A **contratada** deverá prestar esclarecimentos ao Município de Assis Chateaubriand sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolva, independentemente de solicitação.

15.10. A **contratada** só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do Município de Assis Chateaubriand, se houver expressa autorização deste. Esse procedimento se estenderá às eventuais subcontratadas.

15.11. É vedado à **contratada** utilizar o contrato resultante da presente concorrência como caução ou como garantia em operações financeiras.

15.12. A **contratada** se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

16. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

16.1. A remuneração à **contratada**, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava da minuta de contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preço ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista nas alíneas “e” e “f” do subitem **11.6**.

16.1.1. O Município de Assis Chateaubriand não ressarcirá os custos internos dos trabalhos realizados pela própria **contratada** e não pagará honorário ou qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à **contratada** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

16.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes na Cláusula Décima da minuta de contrato.

17. FISCALIZAÇÃO

17.1. O Município de Assis Chateaubriand nomeará o fiscal do contrato por meio de portaria específica, o qual fiscalizará a execução do contrato registrando em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, com poderes, entre outros, para notificar a **contratada**, objetivando sua imediata correção.

17.1.1. Além das atribuições previstas no contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal do contrato verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições de subcontratação e aos honorários devidos à **contratada**.

17.2. A existência e a atuação da fiscalização do Município de Assis Chateaubriand em nada restringem a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **contratada**, no que concerne à execução do objeto de seus respectivos contratos.

18. SANÇÕES

18.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela **contratada**, sem justificativa aceita pelo Município de Assis Chateaubriand, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções:

- a) multa compensatória de 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela recusa a assinar o respectivo contrato nos prazos estipulados no subitem **15.1**, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas no art. 156 da Lei nº 14.133/2021;

- b) multa de mora de 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor do serviço em atraso, por dia de inadimplência, até o limite de vinte dias úteis, caracterizando inexecução parcial do contrato;
- c) multa compensatória de até 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela inadimplência além do prazo acima referido na alínea anterior, caracterizando inexecução total do contrato;
- d) advertência;
- e) suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Município de Assis Chateaubriand por prazo de até dois anos; e
- f) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **contratada** ressarcir o Município de Assis Chateaubriand pelos prejuízos resultantes e após de decorrido o prazo da sanção aplicada.

18.2. A aplicação das sanções previstas neste Edital não excluem a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da licitante vencedora por eventuais perdas e danos causados ao Município.

18.3. A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo Município de Assis Chateaubriand.

18.4. As multas e outras sanções aplicadas somente poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado do Município de Assis Chateaubriand.

18.5. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **contratada** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

18.6. Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à **contratada** o direito ao contraditório e a ampla defesa.

19 - DA FRAUDE E DA CORRUPÇÃO

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

I - Para os propósitos desta cláusula, definem-se as seguintes práticas:

a) **“prática corrupta”**: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação ou na execução de contrato;

b) **“prática fraudulenta”**: a falsificação ou omissão dos fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação ou de execução de contrato;

c) **“prática colusiva”**: esquematizar ou estabelecer um acordo entre dois ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes ou prepostos do órgão licitador, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;

d) **“prática coercitiva”**: causar dano ou ameaçar causar dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação em um processo licitatório ou afetar a execução do contrato;

e) **“prática obstrutiva”**: (i) destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em inspeções ou fazer declarações falsas aos representantes do organismo financeiro multilateral, com o objetivo de impedir materialmente a apuração de alegações de prática prevista na cláusula III, deste Edital; (ii) atos cuja intenção seja impedir

materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção;

II – Na hipótese de financiamento, parcial ou integral, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, este organismo imporá sanção sobre uma empresa ou pessoa física, inclusive declarando-a inelegível, indefinidamente ou por prazo determinado, para a outorga de contratos financiados pelo organismo se, em qualquer momento, constatar o envolvimento da empresa, diretamente ou por meio de um agente, em práticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas ao participar da licitação ou da execução de um contrato financiado pelo organismo;

III – Considerando os propósitos das cláusulas acima, o licitante vencedor, como condição para a contratação, deverá concordar e autorizar que, na hipótese de o contrato vir a ser financiado, em parte ou integralmente, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, permitirá que o organismo financeiro e/ou pessoas por ele formalmente indicadas possam inspecionar o local de execução do contrato e todos os documentos, contas e registros relacionados à licitação e à execução do contrato.

20. DISPOSIÇÕES FINAIS

20.1. O Município de Assis Chateaubriand poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir os respectivos contratos, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à **contratada** o direito ao contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

20.2. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo Município de Assis Chateaubriand.

20.3. 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.

20.4. Para fins desta concorrência, o Briefing (**Anexo III**) reúne as informações necessárias à elaboração das Propostas.

20.5. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Município de Assis Chateaubriand comunicará os fatos verificados à Procuradoria Jurídica do Município e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

20.6. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis.

20.7. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

20.8. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 147 da Lei nº 14.133/2021.

20.9. Correrão por conta do Município de Assis Chateaubriand as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município.

20.10. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

20.11. Antes da data marcada para a abertura dos **invólucros** com os Documentos de Habilitação e as Propostas, a Comissão de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

20.12. Os **invólucros** das licitantes inabilitadas ou desclassificadas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o Município de Assis Chateaubriand providenciará sua destruição.

20.13. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Juízo da Comarca de Assis Chateaubriand, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

20.14. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Licitação e poderão ser obtidos até 03 (três) dias antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 8h00min às 12h ou das 13h30min às 17h30, diretamente no Departamento de Compras ou, ainda, pelo e-mail comprasassis@hotmail.com.

20.14.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que a Comissão de Licitação dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, sem informar a identidade da licitante consulente.

20.15. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo **I**: Modelo de Procuração;
- b) Anexo **II**: Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;
- c) Anexo **III**: Briefing;
- d) Anexo **IV**: Proposta de Preço Sujeito a Valoração;
- e) Anexo **V**: Declaração de Inexistência de Fato Superveniente;
- f) Anexo **VI**: Demonstrações Contábeis.
- g) Anexo **VII**: Declaração de Vedação ao Nepotismo;
- h) Anexo **VIII**: Minuta de Contrato;

Assis Chateaubriand, 03 de setembro de 2024.

Valter Aparecido Souza Correia
Prefeito Municipal

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda Institucional Área

Requisitante: Secretaria de Governo

**2. Equipe de Planejamento da Contratação: Portaria
60.674-2 2021- Erico Aparecido Malvezi**

DIAGNOSTICO DA SITUAÇÃO ATUAL

1. Descrição

Fundamento jurídico: Descrição da necessidade da contratação, considerado o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público (inciso I do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/2021).

• A comunicação do Município de Assis Chateaubriand baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades. A publicidade dos atos, dos programas, das obras e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função Institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social. E para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, por meio da Secretaria de Governo, necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agências de publicidade e propaganda contratadas por meio de processo licitatório, as quais dispõem dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos do Governo e a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias. A presente licitação visa aprimorar os dispositivos contratuais constantes das contratações anteriores, de forma a promover Maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

2. Alinhamento entre a contratação e o planejamento da Administração

Fundamento jurídico: Demonstração da previsão da contratação no plano de contratações anual, sempre que elaborado, de modo a indicar o seu alinhamento com o planejamento da Administração (inciso II do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

A presente contratação foi incluída Plano de Contratações Anual do Município de Assis Chateaubriand do
DECRETO Nº 111/2024

3. Descrição dos requisitos da contratação

Fundamento jurídico: Descrição dos requisitos da contratação necessários e suficientes à escolha da solução (inciso III do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/2021).

Para atendimento adequado das necessidades da Administração na presente contratação, destacam-se os seguintes requisitos:

Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados: É de entendimento comum que os serviços prestados de forma continuada são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional. Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Assis Chateaubriand a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer à execução de um dos serviços mais importantes prestados à sociedade, em observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

É por meio da agência de propaganda contratada que a administração obtém os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realiza a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação. Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional do Governo junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, limitada a 10 (dez anos), conforme licitações anteriores, devido a boas experiências obtidas com contratações anteriores.

Modalidade e tipo de licitação:

Com no art. 29 da Lei nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade **Concorrência**, em face do valor estimado envolvido. Quanto ao tipo de licitação, o art. 6 da Lei nº 14.133/2021 determina que os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço" são utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, como é o presente caso, ao tempo em que o art. 50 da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço". Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a "**técnica e preço**", considerando que esta corresponde aos anseios da Administração ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com as empresas tecnicamente classificadas.

Das empresas a serem contratadas:

Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

A definição pela contratação de UMA ÚNICA agência de propaganda considera o valor contratual proposto de R\$900.000,00, ao ano, volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas à contratada, com os recursos destinados para esse fim. O valor de R\$ 900.000,00 até o momento foi suficiente para as divulgações nas mídias para assim informar amplamente a população chateaubriandense

das ações realizadas. Vale ressaltar a importância da divulgação de diversas campanhas ao longo do ano. Como mencionado, campanhas como Covid-19, Dengue, Investimentos, Alvará, ISS fixo, Agricultura, ISSQN, Vacinação Bivalente, Eleição do Conselho Tutelar, IPTU, Agência do Trabalhador destaque em geração de emprego no Paraná, Maio Laranja, Feirão de Empregos, REFFIS, Informação sobre castração, obras, Aniversário do município, Agosto Azul - Campanha sobre prevenção do câncer de próstata, Setembro Amarelo, Família Acolhedora, Expo Assis, Outubro Rosa, Campanhas de Vacinação, prestação de contas das ações de governo, Natal Luz e orientações sobre Escorpião são de extrema importância para a população.

Da habilitação das licitantes:

Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

Da especificação dos produtos e serviços a serem prestados:

Os serviços a serem realizados pela contratada consistem em:

Desenvolvimento de campanhas educativas e ações de interesse público e desenvolvimento de ações institucionais da prefeitura, por meio da utilização de recursos audiovisuais e materiais impressos;

Realização de pesquisas de perfil social e opinião pública para referencial no desenvolvimento dos projetos e campanhas; Planejamento, estudo, concepção de campanhas e peças publicitárias;

Criação produção, e execução de jingles elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;

Estudo pesquisa e desenvolvimento de projeto para veiculação, visando o melhor aproveitamento e aplicabilidade dos recursos disponibilizados para promoção das ações e campanhas desenvolvidas;

Execução distribuição e veiculação dos materiais publicitários nos meios diversos de comunicação;

Serviços relacionados à veiculação e outras ações de comunicação, necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração direta do município;

Planejamento, produção, organização e execução geral de eventos relacionados a campanha educativas e/ou ações sociais de interesse público e demais serviços correlacionados. Assessoramento e apoio na execução de ações de promoção e patrocínios;

Demais serviços relacionados a endomarketing, marketing e outras ações de comunicação necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração Municipal.

Produção de peças de comunicação digital;

Os serviços de publicidade e propaganda terão caráter educativo, informativo, de promoção do município ou de orientação social, e deverão estar em sintonia com as estratégias de desenvolvimento socioeconômico de Assis Chateaubriand. A política de comunicação social do Município tem como princípios: a informação e a transparência dos procedimentos administrativos; a aproximação da administração pública com seu usuário; a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.

Desta forma, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um Briefing para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso **II do art. 6º da lei nº 12.232/2010**, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

Da Proposta Técnica:

No âmbito de uma licitação do tipo "técnica e preço", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

De acordo com o inciso IX do **artigo 6º** da Lei nº 12.232/2010 o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica. Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária. E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

A proposta técnica deverá:

Ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, sendo que:

O invólucro nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

O invólucro nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

O invólucro nº 3 deverá conter as demais informações integrantes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

A proposta técnica abrange o Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no *briefing*, e de um conjunto de informações referentes ao proponente, nos termos do artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010.

O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado pelos licitantes em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação. Com exceção das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, o formato para apresentação do plano de comunicação publicitária deverá obedecer ao modelo padrão citado.

Para efeito de avaliação e elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a licitante deverá: apresentar uma campanha institucional simulada de acordo com o *briefing*, conforme Anexo, constante neste edital, com verba compatível e duração de 30 (trinta) dias, incluindo todos os fatores componentes das despesas, desde custos de criação, produção, serviços de terceiros, veiculação, honorários etc.

A Simulação da Campanha Publicitária deverá observar os seguintes pontos: Ficam a critério da licitante os veículos a serem considerados na simulação de mídia. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético "ASSIS CHATEAUBRIAND UMA CIDADE EM MOVIMENTO"

Para fins de cálculo da distribuição de verba para a produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de R\$ 70.000,00 (Setenta mil reais). Na campanha simulada, as licitantes deverão utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços, vigente, do Sindicato das Agências de

Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO), os preços de tabelas praticados pelos veículos de comunicação (valores brutos) e honorários de 15% sobre produção, sem aplicar desconto sobre os valores a serem praticados pelo proponentes.

Os preços de tabelas praticados pelos veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia bruta, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.

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

A presente contrata estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária conforme segue:

Plano de comunicação - 55 (cinquenta e cinco) pontos:

Raciocínio básico — 10 (dez) pontos.

Estratégia de comunicação publicitária — 10 (dez) pontos.

Ideia criativa — 25 (vinte e cinco) pontos.

Estratégia de mídia — 10 (dez) pontos.

Capacidade de atendimento — 5 (cinco) pontos

Repertório - 5 (cinco) pontos

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 5 (cinco) pontos

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

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

Com respaldo no inciso X do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devam ter sido implementadas num prazo de até 5 (cinco) anos. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às agências concorrentes, apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica e evitar que as agências apresentem trabalhos muito antigos que não correspondam às suas competências técnicas atuais.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada), pertinente às informações expressas no *briefing*, deve ser apresentado:

Em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda.

Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.

Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato.

Margens: de 3 cm à esquerda e 2 cm à direita, de 3 cm na parte superior e 2 cm na parte inferior, a partir da borda.

Títulos, intertítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos.

Espaçamento 'simples' entre as linhas e duplo após títulos e intertítulos e entre parágrafos.

Alinhamento justificado do texto.

Texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', cor preta, tamanho 12 pontos, estilo normal. Não será permitida redação em caixa alta, e uso de fonte negrito e/ou sublinhada.

Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

Sem identificação da licitante.

O Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no *briefing*, deve englobar os seguintes subquesito:

Raciocínio básico — apresentado sob a forma de texto, em papel formato A4, branco, contendo no máximo 02 (duas) laudas, sendo 30 linhas por lauda, onde a licitante deverá demonstrar o entendimento sobre as informações contidas no *briefing*, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Assis Chateaubriand, a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

Raciocínio Básico (Acuidade de compreensão) constituído de: Características do contratante significativas para a comunicação publicitária. Natureza, extensão e qualidade das relações do contratante com o seu público. Papel do contratante na área social, política e econômica.

Estratégia de comunicação publicitária — apresentada sob a forma de texto, em papel formato A4, branco, contendo no máximo 04 (quatro) laudas, sendo 30 linhas por lauda, indicando e defendendo as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Município de Assis Chateaubriand.

Estratégia de Comunicação Publicitária constituída de:

Adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação do contratante.

Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação do contratante com a sociedade.

Ideia criativa — apresentada sob a forma de texto, em papel formato A4, branco, contendo no máximo 04 (quatro) laudas, sendo 30 linhas por lauda e exemplos de peças publicitárias, correspondendo à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicados na estratégia de comunicação publicitária. Sendo assim, a ideia criativa deve buscar solucionar o problema específico de comunicação publicitária.

Ideia Criativa constituída de:

Adequação ao problema específico de comunicação.

Multiplicidade de interpretações pertinentes aos objetivos estratégicos traçados.

Cobertura do público-alvo através destas interpretações.

Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.

Simplicidade da forma sobre a qual se apresenta.

Pertinência às atividades do contratante e à sua inserção na sociedade.

Coesão dos desdobramentos comunicativos, conforme demonstração nas peças apresentadas.

Adequação da ideia criativa, ou seja, a linguagem das peças interagindo de maneira uniforme com os meios propostos.

Serão aceitas somente as seguintes peças:

01 (um) Layout para anúncio para jornal ou 01 (um) Layout para anúncio para revista (tamanho máximo no formato A3). Observe-se que deverá ser feita a opção pela apresentação de apenas 01 (um) layout: jornal ou revista.

01 (um) Roteiro para comercial de rádio. Deverá ser somente impresso, em papel formato A4 branco, fonte Anal, tamanho da fonte 14, espaçamento simples entre linhas.

01 (um) Roteiro para comercial de televisão, sendo permitido apenas roteiro escrito ou apresentação de storyboard. O roteiro deverá ser impresso em papel formato A4, branco, fonte Arial, tamanho da fonte 14, espaçamento simples entre linhas.

01 (um) Layout para outdoor (tamanho máximo para apresentação formato A3). Os layouts apresentados como exemplos de peças podem ter qualquer tipo de fonte e formatação de margem e espaçamento, desde que não contenham informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente, em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas

sequencialmente ao caderno específico *no* canto inferior direito. As pranchas deverão ser inseridas no invólucro nº 1 de forma que não danifiquem os mesmos.

As peças poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudiquem sua leitura, sem limitação de cores.

Estratégia de mídia e não mídia - apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação. Neste quesito, o proponente deverá explicitar e justificar a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba estimada no edital de licitação.

Estratégia de Mídia constituída de:

Adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto. Adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido.

Conhecimento dos hábitos de comunicação do público-alvo, adequando-os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados.

Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.

Economia na aplicação da verba destinada.

Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão: Ser editados em cores.

Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos. Ter qualquer tipo de formatação de margem.

Ser apresentados em papel A3 dobrado. A folha A3 deve adequar-se às dimensões do caderno, sendo que a dobra deverá ser única, e ocorrer para se manter o conteúdo não identificável, sendo permitido um excesso de, no máximo, 3 milímetros para fora do caderno.

As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA

O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de e as referentes a Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, porém com a identificação da licitante, datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, orientação retrato, fonte Arial tamanho 14, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento poderá ser constituída de textos, tabelas, gráficos, planilhas e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato.

Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia.

Segurança técnica e operacional nos procedimentos contidos na proposta, devendo ser redigida em forma de texto, com até uma lauda.

Relação de Clientes atendidos pela proponente.

REPERTÓRIO

A licitante deverá apresentar os documentos, informações e peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, fonte Anal tamanho 14, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

A licitante deverá apresentar 8 (oito) peças ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Assis Chateaubriand, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda. Podendo ser apresentadas peças desenvolvidas para outros órgãos e entidades da Administração Direta ou Indireta de qualquer outro ente federativo.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas via link, ou em arquivos em PDF, no caso de áudio e vídeo, mp3 ou mp4 . A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem "Nota da Proposta Técnica".

Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e a identificação da licitante de seu cliente, título, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, fonte Arial 14, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

As propostas Comerciais devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2018. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Assis Chateaubriand, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem referente a "Nota da

Proposta Técnica". É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas: As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em link ou em arquivos em PDF, no caso de áudio e vídeo, mp3 ou mp4.

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

Plano de comunicação - 55 (cinquenta e cinco) pontos:

Raciocínio básico — 10 (dez) pontos.

Estratégia de comunicação publicitária — 10 (dez) pontos. Ideia criativa — 25 (vinte e cinco) pontos.

Estratégia de média — 10 (dez) pontos.

Capacidade de atendimento — 5 (cinco) pontos Repertório - 5 (cinco) pontos

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 5 (cinco) pontos

A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica. A nota final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

Da Proposta de Preços:

Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010.

A proposta comercial abrange os descontos que serão oferecidos pelos licitantes relativos a custos internos da agência, bem como os honorários a serem cobrados do contratante, referentes à produção de peças e matérias cuja confecção ou distribuição não proporcione à licitante o desconto de remuneração de agência concedido pelos veículos de comunicação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros.

A proposta comercial deverá conter, sob pena de desclassificação:

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

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

A nota da Proposta de Preços está limitada ao máximo de 30 (trinta) pontos e será apurada conforme metodologia a seguir:

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

Desconto de 10% = 4 pontos.

Desconto de 20% = 6 pontos.

Desconto de 30% = 8 pontos.

Desconto de 50% = 15 pontos.

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

- Desconto de 10% = 7 pontos (comissão equivalente a 13,5%).

- Desconto de 20% = 10 pontos (comissão equivalente a 12%).

- Desconto de 33,3% = 15 pontos (comissão equivalente a 10%).

- O prazo de validade da proposta será de 60 (sessenta) dias, a contar da entrega das propostas. (art. 69, § 2º, inciso I, da Lei Estadual nº 15.608/07). Poderá ser solicitada prorrogação do prazo de validade da proposta comercial. Entretanto, não será admitida nenhuma alteração nessas propostas.

No caso de apresentação de proposta com mais de duas casas decimais, as casas excedentes serão desconsideradas, permanecendo a obrigação da proponente pela proposta que resultar da retificação.

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

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

Os preços propostos serão considerados completos e suficientes para a execução do objeto licitado, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante.

O valor cotado é de inteira responsabilidade da licitante, devendo observar com rigor, quando da elaboração da proposta, para que não ocorram erros de digitação, especificações incompletas, ou valores cotados erroneamente, estando sujeito à desclassificação da proposta.

A apresentação da proposta pela licitante implica na aceitação deste edital, incluídos seus anexos, bem como das normas legais que regem a matéria e, se porventura a licitante for declarada vencedora, ao cumprimento de todas as disposições contidas nesta licitação.

Comissões de Julgamento:

De acordo com a Lei nº 12.232/2010 os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:
- Comissão Especial de Licitação, a ser constituída e nomeada, para administrar todo o processo licitatório;
e - Subcomissão Técnica, constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

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 nº 12.232/2010, na Lei Estadual nº 15.608/2007, na Lei nº 14133/2021, e demais normas aplicáveis, bem como no presente edital e seus anexos.

Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências deste edital, que forem omissas, vagas, impuserem condições diferentes das dispostas no presente edital ou que contiverem descontos ou execução condicionada a prazos ou vantagens de qualquer natureza aqui não previstos, inclusive financiamentos subsidiados ou a fundo perdido, bem como descontos ou vantagens baseados nas propostas das demais licitantes; que estiverem incompletas, incorretas, rasuradas ou contendo corretivos, que apresentarem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento ou, ainda, propostas com preços de valor zero, irrisórios ou manifestamente inexequíveis.

Será desclassificado o proponente que apor, a qualquer parte da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, marca (inclusive dobraduras), sinal ou palavra que possibilite a identificação antes da abertura do invólucro contendo a via identificada.

Será desclassificado o proponente que apor ao invólucro destinado às informações de que trata o artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010 (via não identificada), assim como aos documentos nele contidos, informação, marca (inclusive dobraduras), sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros contendo a via identificada.

Serão desclassificadas as licitantes que apresentarem propostas com valor superior à verba destinada, ou que consignarem preços inexequíveis.

No julgamento da proposta serão verificados os descontos apresentados, observando-se que a presente licitação é do tipo TÉCNICA E PREÇO.

Será declarada vencedora a Proponente que obtiver a maior NOTA FINAL (NF).

De acordo com o artigo 10 da Lei nº 12.232/2010, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por, pelo menos, 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Assis Chateaubriand.

A Subcomissão Técnica será definida por sorteio, a partir de uma lista de interessados que vierem a se inscrever na Chamada Pública que será realizada pelo Município e tramitará paralelamente ao edital

de licitação. A Subcomissão deverá ser oficialmente designada antes da data prevista para a realização da primeira sessão pública do certame. Caso ainda não esteja designada, a Comissão Especial de Licitação irá reter os envelopes recebidos na primeira sessão e aguardar a designação da Subcomissão para então submeter as propostas a sua análise.

Condições Contratuais:

As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da Lei nº 12.232/2010 e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com as agências, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

Os serviços a serem realizados pela contratada consistem em:

- Desenvolvimento de campanhas educativas e ações de interesse público e desenvolvimento de ações institucionais da prefeitura, por meio da utilização de recursos audiovisuais e materiais impressos;
- Realização de pesquisas de perfil social e opinião pública para referencial no desenvolvimento dos projetos e campanhas;
- Planejamento, estudo, concepção de campanhas e peças publicitárias;
 - Criação produção, e execução de jingles elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;
 - Estudo pesquisa e desenvolvimento de projeto para veiculação, visando o melhor aproveitamento e aplicabilidade dos recursos disponibilizados para promoção das ações e campanhas desenvolvidas;
 - Execução distribuição e veiculação dos materiais publicitários nos meios diversos de comunicação;
 - Serviços relacionados à veiculação e outras ações de comunicação, necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração direta do município;
 - Planejamento, produção, organização e execução geral de eventos relacionados a campanhas educativas e/ou ações sociais de interesse público e demais serviços correlacionados;
- Assessoramento e apoio na execução de ações de promoção e patrocínios;
 - Demais serviços relacionados à endomarketing, marketing e outras ações de comunicação necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração Municipal.
- Produção de peças de comunicação digital.
 - Os serviços de publicidade e propaganda terão caráter educativo, informativo, de promoção do município ou de orientação social, e deverão estar em sintonia com as estratégias de desenvolvimento socioeconômico de Assis Chateaubriand. A política de comunicação social do Município tem como princípios: a informação e a transparência dos procedimentos administrativos; a aproximação da administração pública com seu usuário; a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.

Os serviços serão executados conforme a demanda da Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand.

Duração dos contratos:

A duração inicial da presente contratação terá o período de 12 (doze) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração limitada a 120 (cento e vinte) meses, com base na Avaliação de Desempenho da Contratada, realizada periodicamente pelo Departamento de Comunicação Social da Secretaria de Governo.

DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

A remuneração da empresa contratada se dará da seguinte forma:

- Pela percepção de honorários correspondentes a percentual, que será definido na proposta, a incidir sobre os custos da produção de peças e materiais realizados por terceiros com a efetiva

intermediação da licitante vencedora — comprovados e previamente autorizados pela Administração — cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência padrão concedido pelos veículos de divulgação.

Pela percepção de honorários correspondentes ao percentual fixado na proposta, a incidir sobre os custos comprovados e previamente autorizados, de outros serviços realizados por terceiros com a efetiva intermediação da CONTRATADA, podendo ser eles referentes: ao assessoramento e apoio na execução de ações de promoção e patrocínios, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado, de opinião e de produtos e serviços, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de programação visual.

Pela percepção ao desconto de agência — à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois — concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade "Com o art. 11 da Lei n.º 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei n.º 4.680/65, aprovado pelo Decreto n.º 57.690/66.

Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

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

É vedada a subcontratação de outra agência de publicidade e propaganda pela CONTRATADA.

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

As formas de remuneração estabelecidas poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, de acordo com os critérios previstos no instrumento convocatório.

4. Estimativas das quantidades para a contratação

Fundamento Jurídico: estimativas das quantidades para a contratação acompanhadas das memórias de cálculo e dos documentos que lhes dão suporte, que considerem interdependências com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala. Excepcionalmente, nos casos do art. 82, §§ 3º e 4º da Lei Federal n.º 14.133, de 2021, não haverá estimativa de quantidade, apenas estimativa de gastos.

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda. Dessa forma, devido as peculiaridades do objeto não sendo, porém, viável um orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que dependem diretamente de cada solução publicitária aprovada. O Planejamento Estratégico de Comunicação elaborado pela Administração anualmente também não seria capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pelas contratadas, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, lembrando, ainda que a publicidade também é uma ferramenta utilizada para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados diariamente pelo Município de Assis Chateaubriand os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

5. Possíveis normas correlacionadas ao problema e potenciais

Não se aplica, na medida em que, de acordo com as dinâmicas contratuais, a agência de propaganda fica responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta do Departamento de Comunicação da Secretaria Municipal de Governo.

I- PROSPECÇÃO DE SOLUÇÕES

1. Levantamento de Mercado

O objeto do contrato de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei nº 12.232/2010 e encontra-se claramente definido no seu art. 2º. A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades do Município de Assis Chateaubriand, sendo a Publicidade uma das ferramentas de comunicação social estabelecidas as quais são utilizadas pelo Município em sua política de comunicação. Vale informar que a contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, tem sido iniciativa comum por parte dos órgãos anunciantes do Poder Executivo Municipal.

2. Estimativa prévia do valor da contratação

Fundamento jurídico: Estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação (inciso VI do § 10 do art. 18 da Lei nº 14.133/2011).

A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados na contratação, conforme disposto no art. 15 da mesma lei. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

Dessa forma, com vistas a identificar o valor adequado para a presente contratação, faz-se necessário considerar tanto o histórico dos valores aplicados pelo DECOM nas contratações vigentes e anteriores, como identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, as novas necessidades de comunicação.

Diante disso, a Superintendência de Administração e Finanças e Secretaria de Governo ficará responsável pelo desenvolvimento das seguintes categorias de ações publicitárias:

- Ações de natureza institucional
- Ações de utilidade pública
- Ações de oportunidade e/ou de caráter emergencial
 - Ações demandadas por outros órgãos da Administração Pública, os quais não possuem contratos nem orçamento para execução de serviços de publicidade.

A título elucidativo, a publicidade institucional e a publicidade de utilidade pública são conceituadas da seguinte forma:

- a) Publicidade Institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços,

campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas; e

b) Publicidade de Utilidade Pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivas.

Importante, ainda, informar que a presente contratação decorre da licitação de serviços de publicidade — **Concorrência 8/2018**. A licitação encerrada envolvia um valor global estimado de R\$ 900.000,00 (Novecentos Mil reais).

Como demonstra o quadro abaixo, o referido valor de R\$ (900.000,00) apresentou-se condizente com o histórico dos investimentos publicitários envolvidos nas contratações vigentes e anteriores, com vistas a apoiar a administração no desenvolvimento das ações publicitárias.

HISTÓRICO CONTRATUAL	INÍCIO	FIM	VALOR DO CONTRATO
CONC. 003/2018- CONTRATO 028/2019	08/05/2019	08/05/2020	R\$ 900.000,00
CONC. 003/2018 - CONTRATO 028/2019 - 1º ADITIVO RENOVAÇÃO	07/05/2020	08/05/2021	R\$ 900.000,00
CONC. 003/2018 - CONTRATO 028/2019 - 2º ADITIVO RENOVAÇÃO	07/05/2021	08/05/2022	R\$ 900.000,00
CONC. 003/2018 - CONTRATO 028/2019 - 3º ADITIVO RENOVAÇÃO	03/05/2022	08/05/2023	R\$ 900.000,00

CONC. 003/2018 - CONTRATO 028/2019 - 4º ADITIVO RENOVAÇÃO	08/05/2023	08/05/2024	R\$ 900.000,00
TOTAL			4.500.000,00

3. Escolha da solução

A análise das contratações de serviços de publicidade vigentes e anteriores, as quais seguiram como referencial os dispositivos da Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre a matéria, envolve principalmente uma avaliação das dinâmicas de execução contratuais vivenciadas com as agências de propaganda contratadas e o seu alinhamento com as recomendações emitidas por órgãos de controle e auditoria, frente às práticas comerciais de mercado, bem

como as observações do Departamento de Comunicação na gestão da conformidade de seus processos internos. Dentre as questões analisadas, destacam-se como pontos sensíveis a serem aprimorados na presente contratação:

II- DETALHAMENTO DA SOLUÇÃO ESCOLHIDA

1. Descrição da solução como um todo

Fundamento jurídico: Descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso (inciso VII do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve: 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- I - Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;
- II - À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato. Para descrição da solução como um todo, ainda cabe informar que a presente contratação, será operacionalizada nos moldes adotados nos contratos vigentes e anteriores.

2. Justificativas para o parcelamento ou não da contratação (PREENCHIMENTO OBRIGATÓRIO)

Fundamento jurídico: Justificativas para o parcelamento ou não da solução (inciso VIII do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

Conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, na contratação de serviços de publicidade o objeto da licitação pode ser adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias. Para esta contratação a decisão de não fragmentar a execução da publicidade do Município de Assis Chateaubriand e concentrar em uma única agência a ser contratada, por temática ou mesmo pela origem da demanda, considera os benefícios decorrentes para a Administração, principalmente no que tange a fiscalização da execução contratual e o orçamento destinado a este contrato.

3. Contratações correlatas e/ou interdependentes

Fundamento jurídico: Contratações correlatas e/ou interdependentes (inciso XI do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

É importante destacar que uma Subcomissão composta por profissionais da área de comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, será formada para analisar e julgar as propostas técnicas pelas Empresas (Agências) interessadas em participar do certame. Vale ressaltar que a participação da Subcomissão não acarretará custos para o município de Assis Chateaubriand.

Resultados pretendidos

Fundamento jurídico: Demonstrativo dos resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis (inciso IX do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21)

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, o Município de Assis Chateaubriand, por meio do Departamento de Comunicação da Secretaria de Governo, pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos de governo junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência da melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade governamental. Ao desenvolver uma publicidade governamental mais eficiente, também estará rentabilizando o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos. Ressalta-se que a expertise das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da administração, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilita maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade governamental e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação do Município, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia. A tempestividade decorre do fato de que as agências de propaganda contratadas tornam-se responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como para a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens. Neste trabalho, o Departamento de Comunicação prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas. Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Município em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida. Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, o Município de Assis Chateaubriand, por meio do Departamento de Comunicação da Secretaria de Governo, pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

4. Providências a serem adotadas

Fundamento jurídico: Providências a serem adotadas pela administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual ou adequação do ambiente da organização (inciso X do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

O Município de Assis Chateaubriand dispõe de área técnica responsável pelo desenvolvimento das ações publicitárias, a qual realiza diariamente o relacionamento com as agências de propaganda contratadas. Essa relação já está consolidada nas rotinas de trabalho do Departamento de Comunicação da Secretaria de Governo, não havendo necessidade de adequação de ambiente físico, nem de capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com as agências de propaganda e na gestão e fiscalização dos contratos.

5. Possíveis impactos ambientais

Fundamento jurídico: Descrição de possíveis impactos ambientais e respectivas medidas mitigadoras, incluídos requisitos de baixo consumo de energia e de outros recursos, bem como logística reversa para desfazimento e reciclagem de bens e refugos, quando aplicável (inciso XII do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21 e)..

A presente contratação não envolve impactos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas.

III- POSICIONAMENTO CONCLUSIVO

1. Viabilidade da Contratação

Fundamentação: Posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina (inciso XIII do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

Declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado na Secretaria de Governo para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da Secretaria de Governo, que possui em sua estrutura interna uma área técnica no Departamento de Comunicação preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio das agências de propaganda contratadas, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

Termo de Referência

Contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda Institucional

2. Equipe de Planejamento da Contratação:

Portaria 60.674-2 2021- Erico Aparecido Malvezi

3. Descrição dos requisitos da contratação

Fundamento jurídico: Descrição dos requisitos da contratação necessários e suficientes à escolha da solução (inciso III do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/2021).

Para atendimento adequado das necessidades da Administração na presente contratação, destacam-se os seguintes requisitos:

Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados: É de entendimento comum que os serviços prestados de forma continuada são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional. Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Assis Chateaubriand e a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer a execução de um dos serviços mais importantes prestados à sociedade, em observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

É por meio da agência de propaganda contratada que a administração obtém os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realiza a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação. Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional do Governo junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, limitada a 10 (dez anos), conforme licitações anteriores, devido a boas experiências obtidas com contratações anteriores.

Modalidade e tipo de licitação:

Com o art. 29 da Lei nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade **Concorrência**, em face do valor estimado envolvido. Quanto ao tipo de licitação, o art. 6 da Lei nº 14.133/2021 determina que os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço" são utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, como é o presente caso, ao tempo em que o art. 50 da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço". Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a **"técnica e preço"**, considerando que esta corresponde aos anseios da Administração ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com as empresas tecnicamente classificadas.

Das empresas a serem contratadas:

Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

A definição pela contratação de UMA ÚNICA agência de propaganda considera o valor contratual proposto de R\$900.000,00, ao ano, volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas à contratada, com os recursos destinados para esse fim. O valor de R\$ 900.000,00 até o momento foi suficiente para as divulgações nas mídias para assim informar amplamente a população chateaubriandense das ações realizadas. Vale ressaltar a importância da divulgação de diversas campanhas ao longo do ano. Como mencionado, campanhas como Covid-19, Dengue, Investimentos, Alvará, ISS fixo, Agricultura, ISSQN, Vacinação Bivalente, Eleição do Conselho Tutelar, IPTU, Agência do Trabalhador destaque em geração de emprego no Paraná, Maio Laranja, Feirão de Empregos, REFFIS, Informação sobre castração, obras, Aniversário do município, Agosto Azul - Campanha sobre prevenção do câncer de próstata, Setembro Amarelo, Família Acolhedora, Expo Assis, Outubro Rosa, Campanhas de Vacinação, prestação de contas das ações de governo, Natal Luz e orientações sobre Escorpião são de extrema importância para a população.

Da habilitação das licitantes:

Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

Da especificação dos produtos e serviços a serem prestados:

Os serviços a serem realizados pela contratada consistem em:

Desenvolvimento de campanhas educativas e ações de interesse público e desenvolvimento de ações institucionais da prefeitura, por meio da utilização de recursos audiovisuais e materiais impressos;

Realização de pesquisas de perfil social e opinião pública para referencial no desenvolvimento dos projetos e campanhas; Planejamento, estudo, concepção de campanhas e peças publicitárias;

Criação, produção, e execução de jingles, elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;

Estudo, pesquisa e desenvolvimento de projeto para veiculação, visando o melhor aproveitamento e aplicabilidade dos recursos disponibilizados para promoção de ações e campanhas desenvolvidas;

Execução, distribuição e veiculação dos materiais publicitários nos meios diversos de comunicação;

Serviços relacionados à veiculação e outras ações de comunicação, necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração direta do município;

Planejamento, produção, organização e execução geral de eventos relacionados a campanhas educativas e/ou ações sociais de interesse público e demais serviços correlacionados. Assessoramento e apoio na execução de ações de promoção e patrocínios;

Demais serviços relacionados a endomarketing, marketing e outras ações de comunicação necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração Municipal.

Produção de peças de comunicação digital;

Os serviços de publicidade e propaganda terão caráter educativo, informativo, de promoção do município ou de orientação social, e deverão estar em sintonia com as estratégias de desenvolvimento socioeconômico de Assis Chateaubriand. A política de comunicação social do Município tem como princípios: a informação e a transparência dos procedimentos administrativos; a aproximação da administração pública com seu usuário; a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.

Desta forma, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um Briefing para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 60 da lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

Da Proposta Técnica:

No âmbito de uma licitação do tipo "técnica e preço", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

De acordo com o inciso IX do artigo 60 da Lei nº 12.232/2010 o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica. Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciá-la Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária. E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

A proposta técnica deverá:

Ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, sendo que:

O invólucro nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

O invólucro nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

O invólucro nº 3 deverá conter as demais informações integrantes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de **Soluções de Problemas de Comunicação**).

A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

A proposta técnica abrange o Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no *briefing*, e de um conjunto de informações referentes ao proponente, nos termos do artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010.

O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado pelos licitantes em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação. Com exceção das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, o formato para apresentação do plano de comunicação publicitária deverá obedecer ao modelo padrão citado.

Para efeito de avaliação e elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a licitante deverá: apresentar uma campanha institucional simulada de acordo como *briefing*, conforme Anexo, constante neste edital, com

verba compatível e duração de 30 (trinta) dias, incluindo todos os fatores componentes das despesas, desde custos de criação, produção, serviços de terceiros, veiculação, honorários etc.

A Simulação da Campanha Publicitária deverá observar os seguintes pontos: Ficam a critério da licitante os veículos a serem considerados na simulação de mídia. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético “ASSIS CHATEAUBRIAND UMA CIDADE EM MOVIMENTO”

Para fins de cálculo da distribuição de verba para a produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de R\$ 70.000,00 (Setenta mil reais). Na campanha simulada, as licitantes deverão utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços, vigente, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO), os preços de tabelas praticados pelos veículos de comunicação (valores brutos) e honorários de 15% sobre produção, sem aplicar desconto sobre os valores a serem praticados pelo proponentes.

Os preços de tabelas praticados pelos veículos de comunicação devem ser os de tabela

cheia

bruta, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.

Com relação a campanha publicitária simulada vencedora, fica a critério do Contratante

decidir

pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

A presente contrata estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária conforme segue:

Plano de comunicação - 55 (cinquenta e cinco) pontos:

Raciocínio básico — 10 (dez) pontos.

Estratégia de comunicação publicitária — 10 (dez) pontos. Ideia criativa — 25 (vinte e cinco) pontos.

Estratégia de mídia — 10 (dez) pontos.

Capacidade de atendimento — 5 (cinco) pontos

Repertório - 5 (cinco) pontos

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 5 (cinco) pontos

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

Técnica. A nota final da proposta técnica de cada

licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

Com respaldo no inciso X do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devam ter sido implementadas num prazo de até 5 (cinco) anos. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às agências concorrentes, apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica e evitar que as agências apresentem trabalhos muito antigos que não correspondam às suas competências técnicas atuais.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada), pertinente às informações expressas no *briefing*, deve ser apresentado:

Em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda.

Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.

Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato.

Margens: de 3 cm à esquerda e 2 cm à direita, de 3 cm na parte superior e 2 cm na parte inferior, a partir da borda.

Títulos, intertítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos.

Espaçamento 'simples' entre as linhas e duplo após títulos e intertítulos e entre parágrafos.

Alinhamento justificado do texto.

Texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', cor preta, tamanho 12 pontos, estilo normal. Não será permitida redação em caixa alta, e uso de fonte negrito e/ou sublinhada.

Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos. Sem identificação da licitante.

O **Plano de Comunicação Publicitária**, pertinente às informações expressas no *briefing*, deve englobar os seguintes subquestos:

Raciocínio básico — apresentado sob a forma de texto, em papel formato A4, branco, contendo no máximo 02 (duas) laudas, sendo 30 linhas por lauda, onde a licitante deverá demonstrar o entendimento sobre as informações contidas no *briefing*, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Assis Chateaubriand, a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

Raciocínio Básico (Acuidade de compreensão) constituído de: Características do contratante significativas para a comunicação publicitária. Natureza, extensão e qualidade das relações do contratante com o seu público. Papel do contratante na área social, política e econômica.

Estratégia de comunicação publicitária — apresentada sob a forma de texto, em papel formato A4, branco, contendo no máximo 04 (quatro) laudas, sendo 30 linhas por lauda, indicando e defendendo as linhas gerais da proposta para superar o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Município de Assis Chateaubriand.

Estratégia de Comunicação Publicitária constituída de:

Adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação do contratante.

Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação do contratante com a sociedade.

Ideia criativa — apresentada sob a forma de texto, em papel formato A4, branco, contendo no máximo 04 (quatro) laudas, sendo 30 linhas por lauda e exemplos de peças publicitárias, correspondendo à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicados na estratégia de comunicação publicitária. Sendo assim, a ideia criativa deve buscar solucionar o problema específico de comunicação publicitária.

Ideia Criativa constituída de:

Adequação ao problema específico de comunicação.

Multiplicidade de interpretações pertinentes aos objetivos estratégicos traçados. Cobertura do público-alvo através destas interpretações.

Originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Simplicidade da forma sobre a qual se apresenta.

Pertinência às atividades do contratante e à sua inserção na sociedade.

Coesão dos desdobramentos comunicativos, conforme demonstração nas peças apresentadas.

Adequação da ideia criativa, ou seja, a linguagem das peças interagindo de maneira uniforme com os meios propostos.

Serão aceitas somente as seguintes peças:

01 (um) Layout para anúncio para jornal ou 01 (um) Layout para anúncio para revista (tamanho máximo no formato A3). Observe-se que deverá ser feita a opção pela apresentação de apenas 01 (um) layout: jornal ou revista.

01 (um) Roteiro para comercial de rádio. Deverá ser somente impresso, em papel formato A4 branco, fonte Arial, tamanho da fonte 14, espaçamento simples entre linhas.

01 (um) Roteiro para comercial de televisão, sendo permitido apenas roteiro escrito ou apresentação de storyboard. O roteiro deverá ser impresso em papel formato A4, branco, fonte Arial, tamanho da fonte 14, espaçamento simples entre linhas.

01 (um) Layout para outdoor (tamanho máximo para apresentação formato A3). Os layouts apresentados como exemplos de peças podem ter qualquer tipo de fonte e formatação de margem e espaçamento, desde que não contenham informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente, em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno específico *NO* canto inferior direito. As pranchas deverão ser inseridas no invólucro nº 1 de forma que não danifiquem os mesmos.

As peças poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudiquem sua leitura, sem limitação de cores.

Estratégia de mídia e não mídia - apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação. Neste quesito, o proponente deverá explicitar e justificar a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba estimada no edital de licitação.

Estratégia de Mídia constituída de:

Adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto. Adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido.

Conhecimento dos hábitos de comunicação do público-alvo, adequando-os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados.

Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas linhas anteriores.

Economia na aplicação da verba destinada.

Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão: Ser editados em cores.

Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos. Ter qualquer tipo de formatação de margem.

Ser apresentados em papel A3 dobrado. A folha A3 deve adequar-se às dimensões do caderno, sendo que a dobra deverá ser única, e ocorrer para se manter o conteúdo não identificável, sendo permitido um excesso de, no máximo, 3 milímetros para fora do caderno.

As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA

O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de e as referentes a Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, porém com a identificação da licitante, datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, orientação retrato, fonte Arial tamanho 14, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento poderá ser constituída de textos, tabelas, gráficos, planilhas e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato.

Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia.

Segurança técnica e operacional nos procedimentos contidos na proposta, devendo ser redigida em forma de texto, com até uma lauda.

Relação de Clientes atendidos pela proponente.

REPERTÓRIO

A licitante deverá apresentar os documentos, informações e peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, fonte Arial tamanho 14, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

A licitante deverá apresentar 8 (oito) peças ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Assis Chateaubriand, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda. Podendo ser apresentadas peças desenvolvidas para outros órgãos e entidades da Administração Direta ou Indireta de qualquer outro ente federativo. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas via link, ou em arquivos em PDF, no caso de áudio e vídeo, mp3 ou mp4. A proporcionalidade será obtida mediante aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem "Nota da Proposta Técnica".

Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e a identificação da licitante de seu cliente, título, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, fonte Arial 14, numerado sequencialmente, a partir da

primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

As propostas Comerciais devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2018. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Assis Chateaubriand, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem referente a "Nota da Proposta Técnica". É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou material, independentemente de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em link ou em arquivos em PDF, no caso de áudio e vídeo, mp3 ou mp4.

A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 70 (setenta) pontos

será

apurada conforme metodologia a seguir:

Plano de comunicação - 55 (cinquenta e cinco) pontos:

Raciocínio básico — 10 (dez) pontos.

Estratégia de comunicação publicitária — 10 (dez) pontos. Ideia criativa — 25 (vinte e cinco) pontos.

Estratégia de mídia — 10 (dez) pontos.

Capacidade de atendimento — 5 (cinco) pontos

Repertório - 5 (cinco) pontos

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 5 (cinco) pontos

A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica. A nota final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

Da Proposta de Preços:

Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010.

A proposta comercial abrange os descontos que serão oferecidos pelos licitantes relativos a custos internos da agência, bem como os honorários a serem cobrados do contratante, referentes à produção de peças e matérias cuja confecção ou distribuição não proporcione à licitante o desconto de remuneração de agência concedido pelos veículos de comunicação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros.

A proposta comercial deverá conter, sob pena de desclassificação:

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

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

A nota da Proposta de Preços está limitada ao máximo de 30 (trinta) pontos será apurada conforme metodologia a seguir:

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

Desconto de 10% = 4 pontos.

Desconto de 20% = 6 pontos.

Desconto de 30% = 8 pontos.

Desconto de 50% = 15 pontos.

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

- Desconto de 10% = 7 pontos (comissão equivalente a 13,5%).

- Desconto de 20% = 10 pontos (comissão equivalente a 12%).

- Desconto de 33,3% = 15 pontos (comissão equivalente a 10%).

- O prazo de validade da proposta será de 60 (sessenta) dias, a contar da entrega das propostas. (art. 69, § 2º, inciso I, da Lei Estadual nº 15.608/07). Poderá ser solicitada prorrogação do prazo de validade da proposta comercial. Entretanto, não será admitida nenhuma alteração nessa proposta.

No caso de apresentação de proposta com mais de duas casas decimais, as casas excedentes serão desconsideradas, permanecendo a obrigação da proponente pela proposta que resultar da retificação.

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

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

Os preços propostos serão considerados completos e suficientes para a execução do objeto licitado, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante.

O valor cotado é de inteira responsabilidade da licitante, devendo observar com rigor, quando da elaboração da proposta, para que não ocorram erros de digitação, especificações incompletas, ou valores cotados erroneamente, estando sujeito à desclassificação da proposta.

A apresentação da proposta pela licitante implica na aceitação deste edital, incluídos seus anexos, bem como das normas legais que regem a matéria e, se porventura a licitante for declarada vencedora, ao cumprimento de todas as disposições contidas nesta licitação.

Comissões de Julgamento:

De acordo com a Lei nº 12.232/2010 os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de: - Comissão Especial de Licitação, a ser constituída enomeada, para administrar todo o processo licitatório; e - Subcomissão Técnica, constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº

12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

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 nº 12.232/2010, na Lei Estadual nº 15.608/2007, na Lei nº 14133/2021, e demais normas aplicáveis, bem como no presente edital e seus anexos.

Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências deste edital, que forem omissas, vagas, impuserem condições diferentes das dispostas no presente edital ou que contiverem descontos ou execução condicionada a prazos ou vantagens de qualquer natureza aqui não previstos, inclusive financiamentos subsidiados ou a fundo perdido, bem como descontos ou vantagens baseados nas propostas das demais licitantes; que estiverem incompletas, incorretas, rasuradas ou contendo corretivos, que apresentem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento ou, ainda, propostas com preços de valor zero, irrisórios ou manifestamente inexequíveis.

Será desclassificado o proponente que apor, a qualquer parte da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, marca (inclusive dobraduras), sinal ou palavra que possibilite a identificação antes da abertura do invólucro contendo a via identificada.

Será desclassificado o proponente que apor ao invólucro destinado às informações de que trata o artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010 (via não identificada), assim como aos documentos nele contidos, informação, marca (inclusive dobraduras), sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros contendo a via identificada.

Serão desclassificadas as licitantes que apresentarem propostas com valor superior à verba destinada, ou que consignarem preços inexequíveis.

No julgamento da proposta serão verificados os descontos apresentados, observando-se que a presente licitação é do tipo TÉCNICA E PREÇO.

Será declarada vencedora a Proponente que obtiver a maior NOTA FINAL (NF).

De acordo com o artigo 10 da Lei nº 12.232/2010, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Assis Chateaubriand.

A Subcomissão Técnica será definida por sorteio, a partir de uma lista de interessados que vierem a se inscrever na Chamada Pública que será realizada pelo Município e tramitará paralelamente ao edital de licitação. A Subcomissão deverá ser oficialmente designada antes da data prevista para a realização da primeira sessão pública do certame. Caso ainda não esteja designada, a Comissão Especial de Licitação irá reter os envelopes recebidos na primeira sessão e aguardar a designação da Subcomissão para então submeter as propostas a sua análise.

Condições Contratuais:

As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da Lei nº 12.232/2010 e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com as agências, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

Os serviços a serem realizados pela contratada consistem em:

- Desenvolvimento de campanhas educativas e ações de interesse público e desenvolvimento de ações institucionais da prefeitura, por meio da utilização de recursos audiovisuais e materiais impressos;

- Realização de pesquisas de perfil social e opinião pública para referencial no desenvolvimento dos projetos e campanhas;
- Planejamento, estudo, concepção de campanhas e peças publicitárias;
 - Criação produção, e execução de jingles elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;
 - Estudo pesquisa e desenvolvimento de projeto para veiculação, visando o melhor aproveitamento e aplicabilidade dos recursos disponibilizados para promoção das ações e campanhas desenvolvidas;
 - Execução distribuição e veiculação dos materiais publicitários nos meios diversos de comunicação;
 - Serviços relacionados à veiculação e outras ações de comunicação, necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração direta do município;
 - Planejamento, produção, organização e execução geral de eventos relacionados a campanhas educativas e/ou ações sociais de interesse público e demais serviços correlacionados;
- Assessoramento e apoio na execução de ações de promoção e patrocínios;
 - Demais serviços relacionados à endomarketing, marketing e outras ações de comunicação necessárias à execução da política de comunicação social de órgãos da Administração Municipal.
- Produção de peças de comunicação digital.
 - Os serviços de publicidade e propaganda terão caráter educativo, informativo, de promoção do município ou de orientação social, e deverão estar em sintonia com as estratégias de desenvolvimento socioeconômico de Assis Chateaubriand. A política de comunicação social do Município tem como princípios: a informação e a transparência dos procedimentos administrativos; a aproximação da administração pública com seu usuário; a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.

Os serviços serão executados conforme a demanda da Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand.

Duração dos contratos:

A duração inicial da presente contratação terá o período de 12 (doze) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração limitada a 120 (cento e vinte) meses, com base na Avaliação de Desempenho da Contratada, realizada periodicamente pelo Departamento de Comunicação Social da Secretaria de Governo.

DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

A remuneração da empresa contratada se dará da seguinte forma:

- Pela percepção de honorários correspondentes a percentual, que será definido na proposta, a incidir sobre os custos da produção de peças e materiais realizados por terceiros com a efetiva intermediação da licitante vencedora — comprovados e previamente autorizados pela Administração — cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência padrão concedido pelos veículos de divulgação.

Pela percepção de honorários correspondentes ao percentual fixado na proposta, a incidir sobre os custos comprovados e previamente autorizados, de outros serviços realizados por terceiros com a efetiva intermediação da CONTRATADA, podendo ser eles referentes: ao assessoramento e apoio na execução de ações de promoção e patrocínios, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado,

de opinião e de produtos e serviços, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de programação visual.

Pela percepção ao desconto de agência — à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois — concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade "Com o art. 11 da Lei n.º 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei n.º 4.680/65, aprovado pelo Decreto n.º 57.690/66.

Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

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

É vedada a subcontratação de outra agência de publicidade e propaganda pela CONTRATADA.

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

As formas de remuneração estabelecidas poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, de acordo com os critérios previstos no instrumento convocatório.

ANEXO I

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência n.º 005/2024.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, renegociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

..... , de de 20...

Assinatura

Empresa

Nome e cargo

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

ANEXO II

MODELO DE DECLARAÇÃO DE OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Prezados Senhores:

_____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal, o Sr.(a) _____, portador(a) do documento de identidade RG n.º _____, emitido pela SSP/_____, e do CPF n.º _____, DECLARA, sob penas da Lei, que, nos termos do §6º, do artigo 27, da Lei nº 6.544, de 22 de novembro de 1989, encontra-se em situação regular perante o Ministério do Trabalho no que se refere à observância do disposto no inciso XXXIII, do artigo 7º, da Constituição Federal, ou seja, não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviço perigosos ou insalubres, não mantendo ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

_____, _____ de _____ de 2024.

Nome completo e Assinatura do Representante Legal
RG/CPF

ANEXO III

BRIEFING

INTRODUÇÃO

A comunicação do Poder Executivo Municipal baseia-se no princípio de que é direito da população ser informada e é dever da Prefeitura informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, conforme descrito na Constituição Federal.

A comunicação de governo cumpre a importante função institucional de fortalecer a cidadania e tem como objetivos principais:

- a) Disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diferentes segmentos sociais;
- b) Estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do Município;
- c) Realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- d) Explicar os projetos e as políticas de governo propostos pelo Poder Executivo Municipal nas principais áreas de interesse da sociedade;
- e) Prestar contas das ações e obras realizadas pela administração municipal, bem como promover Assis Chateaubriand para atração de investimentos;
- f) Atender às necessidades de informação de cidadãos e usuários dos serviços da Administração Pública Municipal direta e indireta.

OBJETO DA DEMANDA

Desenvolver um Plano de Comunicação Publicitária e produtos para a solução do problema específico de comunicação, nos termos dos itens citados neste *briefing*.

SITUAÇÃO BASE

Problema específico de comunicação

Assis Chateaubriand uma cidade em movimento

A cidade de Assis Chateaubriand tem experimentado um notável crescimento nos últimos anos, consolidando-se como um polo de destaque tanto recentemente conquistou o 17º lugar em colocação de pessoas no mercado de trabalho nível nacional, ao final de 2023, atesta o dinamismo e a atratividade do município, especialmente na região oeste do Paraná. A inauguração do maior frigorífico de suínos da América Latina, pertencente à Frimesa, impulsionou ainda mais esse crescimento, gerando milhares de empregos e atraindo investidores de diversas origens. O impacto positivo desse e de outros empreendimentos se reflete em um aumento significativo nos investimentos em Assis Chateaubriand, que atualmente ultrapassam a marca dos R\$ 69 milhões em obras estruturantes.

A CAMPANHA

Nesse contexto, é imperativo que nossa campanha publicitária transmita com eficácia a mensagem de que “Assis Chateaubriand é uma cidade em movimento”, oferecendo oportunidades atrativas para empresários e investidores. Nosso objetivo é posicionar o

município como um ambiente propício para a instalação de novas empresas, contribuindo assim para o contínuo desenvolvimento econômico e social.

A campanha deverá destacar os diferenciais competitivos de Assis Chateaubriand, ressaltando sua infraestrutura favorável aos negócios, mão de obra qualificada e o apoio governamental para novos empreendimentos. Além disso, é crucial enfatizar a prosperidade econômica e as oportunidades de crescimento que a cidade oferece, incentivando potenciais investidores a explorarem o potencial do município, sendo uma campanha publicitária impactante e persuasiva, capaz de promover efetivamente a imagem de Assis Chateaubriand como um destino promissor para investimentos empresariais.

ALCANCE E PÚBLICO-ALVO

A licitante deverá identificar o público-alvo a ser atingido pelas ações de comunicação proposta, bem como utilizar a verba destinada para alcançá-lo, o que constitui parte da tarefa a cargo das empresas participantes do certame.

VERBA E PERÍODO

Para desenvolver a campanha publicitária solicitada no briefing – entre produção e veiculação – as licitantes deverão usar uma verba hipotética total de **R\$ 70.000,00 (setenta mil reais)**, com período de veiculação de 30 dias. Ficará a critério do licitante a definição do período de veiculação na simulação do plano de distribuição das peças, e ainda a abrangência para atingir o público-alvo identificado. O Briefing determina o período de veiculação de trinta dias. Portanto, o licitante tem a liberdade de escolher “quando” ela deseja veicular, desde que não ultrapasse trinta dias.

ANEXO IV

PROPOSTA DE PREÇO SUJEITO À VALORAÇÃO

Referente Concorrência **005/2024** – Contratação de Serviços de Publicidade.

Declaramos que, na vigência do contrato com o Município de Assis Chateaubriand, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos abaixo:

- a) Honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- b) A proposta terá validade de (.....) dias (mínimo 60 dias), a partir da data de apresentação das Propostas.

Os preços propostos contemplam todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Desde já nos declaramos cientes de que o Município de Assis Chateaubriand procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

.....,de.....de 2024

(nome da licitante)

Representante legal
(nome completo)

ANEXO V

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

....., CNPJ.....
(nome da empresa)

sediada, por intermédio de
(endereço completo)

seu representante legal,, portador(a) da Carteira de Identidade n....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., declara, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

.....,de.....de 20...

.....
(assinatura do declarante)

.....
(nome completo e CI)

ANEXO VI (Modelo)

CAPACIDADE FINANCEIRA (EXCLUSIVA PARA LC e E)

REPRESENTANTE LEGAL

e

CONTADOR

Infra assinados, declaramos que as demonstrações abaixo correspondem à real situação financeira da

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA

Esses índices foram obtidos no balanço do último exercício Social, ano de 2023.

Declaramos ainda que a qualquer tempo, desde que solicitada pelo Município, nos comprometeremos a apresentar as demonstrações financeiras (inclusive determinados pelo artigo 176 da lei das Sociedades por Ações) que comprovarão as demonstrações.

SÃO AS DEMONSTRAÇÕES

A) LIQUIDEZ CORRENTE (LC)

VALORES EM REAIS ÍNDICE REAIS

Ativo circulante

Passivo circulante

B) ENDIVIDAMENTO (E)

Passivo exigível: (Passivo Circulante + Passivo Exigível a Longo Prazo)

Ativo Total

C) LIQUIDEZ GERAL (LG)

Ativo circulante + Realizável a Longo Prazo

Passivo circulante + Passivo Exigível a Longo Prazo

Município, ____ de _____ de 20__.

REPRESENTANTE LEGAL

Nome

Nº de registro perante o órgão
de classe(se for o caso)

CONTADOR

Nome

Nº de registro perante o CRC

ANEXO VII
(MODELO)
DECLARAÇÃO DE VEDAÇÃO AO NEPOTISMO

_____(Razão Social), inscrita no CNPJ sob nº _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Carteira de identidade nº _____ SSP/PR., e do CPF nº _____, **DECLARA** que não fazem parte do quadro societário/cotista/dirigente/representante, cônjuge, companheiro, parente em linha reta ou colateral, consanguíneo ou afim de **servidor em cargo em comissão** na entidade licitante, **ainda que a participação seja apenas indireta, à luz dos princípios da impessoalidade e moralidade.** Em atendimento a Recomendação Administrativa nº 022/2019 do Ministério Público.

Por ser verdade, firmo a presente declaração para que produza os efeitos legais, ciente de que a falsidade de seu conteúdo pode implicar na imputação de sanções civis, administrativas, bem como na sanção penal prevista no art. 299 do Código Penal, conforme transcrição abaixo:

Art. 299 – Omitir, em documento público ou particular, declaração que nele deveria constar, ou nele inserir ou fazer inserir declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre o fato juridicamente relevante.

Pena: reclusão de 1 (um) a 5 (cinco) anos e multa, se o documento é público e reclusão de 1 (um) a 3 (três) anos, se o documento é particular.

_____, em _____ de _____ de 2024.

Assinatura

Obs.: Deverá ser anexo junto aos documentos de habilitação.

ANEXO VIII

MINUTA DE CONTRATO

Cláusula Primeira	OBJETO
Cláusula Segunda	DOS PRAZOS DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA
Cláusula Terceira	RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
Cláusula Quarta	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
Cláusula Quinta	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
Cláusula Sexta	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
Cláusula Sétima	REMUNERAÇÃO
Cláusula Oitava	DESCONTO DE AGÊNCIA
Cláusula Nona	DIREITOS AUTORAIS
Cláusula Décima	CONDIÇÕES DE LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO
Cláusula Décima Primeira	GARANTIA
Cláusula Décima Segunda	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
Cláusula Décima Terceira	RESCISÃO
Cláusula Décima Quarta	DISPOSIÇÕES GERAIS
Cláusula Décima Quinta	FORO

MINUTA DE CONTRATO

O **MUNICÍPIO DE ASSIS CHATEAUBRIAND**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF sob n.º 76.208.479/0001-01, com endereço na Avenida Cívica, s/nº, Centro, Assis Chateaubriand/PR; representado por seu Prefeito Municipal, Sr. **VALTER APARECIDO SOUZA CORREIA**, brasileiro, casado, residente e domiciliado nesta cidade, portador do RG 7.003.657-6, e do CPF n.º 039.968.899-41, a seguir denominado **CONTRATANTE** e de outro lado como **CONTRATADA** a empresa _____, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob n.º _____/____-__, com endereço na rua _____, n.º _____, _____ - _____, neste ato representada pelo(a) Sr(a). _____, nacionalidade brasileira, portador(a) do RG n.º _____-__ e CPF n.º _____-__, residente _____, têm justos e contratados as seguintes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1. O objeto do certame é a contratação de serviços de publicidade, prestados por agência de propaganda.

ITEM	CÓDIGO	QTDE	UND	DESCRIÇÃO DO ITEM	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	27843	1	SRV	AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA a) planejamento, estudo, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários; b) elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual; c) criação, produto e gravação de programas e programetes diários de rádio e televisão, onde se inclui o trabalho desenvolvido por secretárias municipais, bem como dos departamentos, coordenadorias, escolas e demais entidades municipais ligadas à administração do município. com os assuntos de atualidades, através da coleta de entrevistas e imagens, de acordo com as necessidades diárias da administração Municipal. que reportagem os trabalhos desenvolvidos. com a finalidade de informar, diariamente os munícipes e da prestação de contas do governo empreendidos; d) fiscalizar as execuções dos serviços contratos junto às mídias, bem como, permitir que coordenadoria de Comunicação Social da Administração Municipal tenha acesso pessoal, facilitado e imediato, para acompanhar todo o trabalho desenvolvido, em todas as fases de execução, em especial consonância com o Artigo 2º, Parágrafo I, incisos 1, 11 e 111 da Lei Federal n.º 12.232. e) os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação. f) os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de		

			<p>interesse do Município de ASSIS CHATEAUBRIAND. g) para fins desta concorrência, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio. h) excluem - se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.</p> <p>i) a licitante vencedora atuará de acordo com solicitação da assessoria Municipal de Comunicação Social</p>		
TOTAL..... R\$					

1.2. Serviços de publicidade compreendem 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários aos veículos e demais meios de divulgação, sempre com caráter educativo, informativo ou de orientação social ao público em geral.

1.3. Integram também o objeto deste certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- b) à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- c) ao planejamento e à execução de pesquisas de opinião pública e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados às campanhas e ações publicitárias;
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

1.4. Os serviços previstos nos itens 1.2 e 1.3 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, bem como a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1. Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.5. Os serviços objeto da presente licitação abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Assis Chateaubriand.

1.6. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.6.1. Os serviços de que tratam este certame serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.6.2. A contratada atuará por ordem e conta do Município de Assis Chateaubriand, de acordo com as solicitações da Assessoria Municipal de Comunicação Social.

1.6.3. É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços de concepção e criação das ações de publicidade. As demais ações poderão ser subcontratadas a critério e sob supervisão da agência contratada. Para essa subcontratação, as contratadas deverão apresentar lista de fornecedores, a ser validada pela Assessoria de Comunicação, dentre três opções de produção para cada peça ou atividade sugerida.

1.7. Não está contemplada no objeto deste certame a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos, atos oficiais e informações determinadas por força de lei ou regulamento veiculada via Diário Oficial.

CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA

2.1. O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura.

2.1.1. O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 106 da Lei 14.133/2021.

2.1.2. Os serviços deverão ser executados no prazo de até 02 (dois) dias , após solicitação expressa da Assessoria de Comunicação.

2.2. - Haverá possibilidade de reajustamento anual dos preços após decorridos 12 (doze) meses da data da assinatura do contrato, ou 12 (doze) meses da data do último reajuste, desde que prorrogado o prazo de execução do contrato, observando-se o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (IBGE), ou outro índice que venha substituí-lo, mediante solicitação expressa da Contratada e desde que se verifique que os preços decorrentes da aplicação do índice se encontrem dentro do valor de mercado e se mostrem vantajosos para o Município, mediante acordo entre as partes, nos termos do art.107 da Lei 14.133/2021.

CLÁUSULA TERCEIRA – VALOR E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor do contrato é de **R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais)**.

3.2. Os recursos para a execução dos serviços estão previstos no orçamento do Município, conforme a seguinte classificação orçamentária:

Órgão	Und	Função	Sub-Função	Programa	P	/A/O	Despesa	Categoria	Fontes
5	0201	4	131	1050	2	4	11838	339039880000	000

3.2.1 - Caso houver a necessidade de alteração de dotação orçamentária ou a inclusão de Fonte de Recursos, será processada de forma unilateral por parte da Contratante, através de Decreto, nos termos da Alínea “a”, Inciso I do artigo 124 da Lei 14.133/2021.

3.3. O contratante se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA QUARTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) Operar como uma organização completa e fornecer serviços de qualidade.

a.1) Realizar reuniões periódicas, na sede da CONTRATANTE, com o gestor do contrato, visando ao aprimoramento e à eficiência dos serviços prestados, formalizando em ata o conteúdo das reuniões.

a.2) As eventuais despesas de locomoção, incluindo diárias, passagens, estada e alimentação, para reuniões na sede da CONTRATANTE, serão custeadas pela CONTRATADA.

a.3) A prestação dos serviços e o cumprimento dos prazos deverão ser registrados por e-mail ou documentos impressos com ciência de ambas as partes.

a.4) O agendamento de reuniões por parte da CONTRATANTE pode ocorrer com até 6 (seis) horas úteis de antecedência. A contratada deve ter estrutura para atender, presencialmente ou por videoconferência, quando este recurso for aceito pelo CONTRATANTE, a todas as solicitações de reuniões.

b) Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário e permitido pelo CONTRATANTE, mediante a contratação de terceiros – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

c) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

d) Negociar sempre as melhores condições de preço, nos casos de reutilizações de peças publicitárias, conforme previsto nos subitens **9.2.1.1**, **9.2.2** e **9.2.3** da Cláusula Nona do presente Contrato.

e) Quando do fornecimento de bens ou serviços especializados a CONTRATADA deverá seguir disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

e.1) As propostas devem conter elementos mínimos de identificação da proponente, tais como o nome da empresa, endereço, CNPJ, nome completo, RG e CPF do responsável pela proposta, data e assinatura.

e.2) Se não houver possibilidade de obter o mínimo de três propostas, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

e.3) A Assessoria de Comunicação Social procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar pesquisas de preço de mercado, que, se for o caso, deverão ser anexadas aos autos para fins de comprovação.

e.4) Se e quando julgar conveniente, a Assessoria de Comunicação Social poderá supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA ou realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

f) Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

g) Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da Assessoria de Comunicação Social, sem ônus para o Município de Assis Chateaubriand:

a) TV e Cinema: uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;

b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

- c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo de áudio e mp3;
 - d) Mídia Impressa e Material Publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes em alta resolução – e finalizada.
- g.1)** Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.
- h) Enviar, às suas expensas, o material necessário à veiculação.
 - i) Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, malas-diretas) aprovadas pelo CONTRATANTE.
 - i.1) O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE.
 - j) Entregar ao **CONTRATANTE**, até o dia 10 do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e, semanalmente ou quando solicitado, relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.
 - k) Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE.
 - k.1) Nos casos de cancelamentos ou interrupções causados exclusivamente pelo CONTRATANTE, serão respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências.
 - l) Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização por escrito, e exigir o mesmo procedimento de seus eventuais subcontratados.
 - m) Prestar esclarecimentos à Assessoria de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
 - n) Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
 - o) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
 - o.1) A CONTRATADA se obriga a informar ao CONTRATANTE, no prazo de quarenta e oito horas, qualquer alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa.
 - p) 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 causa, bem como, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
 - q) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
 - r) Assumir, com exclusividades, 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, os encargos que venham a ser criados

e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

s) 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.

t) Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

u) Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a próprio CONTRATANTE.

u.1) Em casos de subcontratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.

v) Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

v.1) A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei 9.279, de 14 de maio de 1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

x) Responder perante o CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

z) Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos – de veiculação, de produção e de quaisquer outros decorrentes de serviços previstos neste contrato – e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos e de outras vantagens para o CONTRATANTE, bem como pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

5.1. Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, inclusive o de efetuar os pagamentos no prazo de 30 (trinta) dias após a apresentação da Nota Fiscal.

b) Comunicar, por escrito, a CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de três dias úteis.

c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

d) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

e) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

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

g) Caberá à Assessoria de Comunicação Social proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

h) A Assessoria de Comunicação Social poderá, se e quando julgar conveniente, supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA SEXTA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

6.1 A Assessoria de Comunicação 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. O responsável pela fiscalização será designado por meio de Portaria específica.

6.1.1. Caberá ao fiscal do Contrato registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços com poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

6.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato, caberá ao fiscal do contrato, o Diretor do Departamento de Comunicação Social de Assis Chateaubriand, **Sr. Erico Aparecido Malvezi**, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais e também às condições de subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

6.1.1.2. A ausência de notificação do Fiscal ou da Assessoria de Comunicação não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

6.2. A fiscalização em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

6.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Assessoria de Comunicação.

6.4. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Assessoria de Comunicação.

6.5. 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, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

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

6.7. A CONTRATADA oferecerá as condições necessárias à fiscalização deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

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

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

CLÁUSULA SÉTIMA – REMUNERAÇÃO

7.1. A remuneração da CONTRATADA pelos serviços prestados será feita por meio de honorários incidentes sobre serviços de terceiros, previstos nesta Cláusula, a saber:

7.1.1. Honorários de ___% (_____ por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação das CONTRATADAS, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o subitem **8.1** da Cláusula Oitava.

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

7.2. A CONTRATADA não fará jus a nenhum ressarcimento pelos custos internos dos serviços por ela realizados.

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

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

CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA

8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

CLÁUSULA NONA – DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede ao **CONTRATANTE**, de forma total e definitiva, os direitos autorais patrimoniais decorrentes do uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

9.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Sétima e Oitava deste contrato.

9.1.2. O **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

9.1.3 A juízo da Assessoria de Comunicação, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a CONTRATADA.

9.2. Nas contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA, mediante prévia definição da Assessoria de Comunicação, poderá solicitar de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva, para que a Secretaria de Comunicação escolha uma das opções.

9.2.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pela Secretaria de Comunicação em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens **9.2.1.1**, **9.2.2** e **9.2.3**, desta Cláusula.

9.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos autorais e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

9.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

9.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens **9.2.1.1** e **9.2.2**, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

9.3. Quando a Assessoria de Comunicação optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se obriga a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – para a produção de campanhas, peças e materiais publicitários – cláusulas escritas que:

9.3.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito autoral patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

9.3.2. Estabeleçam que este CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

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

9.5. Os direitos autorais, patrimoniais e conexos não serão devidos quando se tratar de “serviço de cópia”.

9.6. A CONTRATADA se obriga 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), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

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

9.7.1. Que a Assessoria de Comunicação poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.

9.7.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

9.7.3. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

9.8. O **CONTRATANTE** será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

9.9. É garantido ao **CONTRATANTE** o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à **CONTRATADA**, ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.

9.10. Fica garantida ao **CONTRATANTE** a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

9.11. A Assessoria de Comunicação poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças e o submeterá previamente à Secretaria de Comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA – CONDIÇÕES DE LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

10.1. Para a execução da liquidação e pagamento dos serviços previstos na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** deverá apresentar a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do Município de Assis Chateaubriand e a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço.

10.2. Os documentos e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para efeito de pagamento deverão ser apresentados pela **CONTRATADA** à Assessoria de Comunicação, e o Fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pelas **CONTRATADAS** todas as condições pactuadas.

10.2.1. Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da **CONTRATADA** ou de seus fornecedores e subcontratados.

10.2.2. No tocante à veiculação, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para o **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

10.2.2.1. Para TV, Cinema e Rádio:

a) nas praças cobertas por serviço de checagem: relatórios de checagem emitidos por empresas terceirizadas;

b) nas praças não cobertas por serviços de checagem:

b.1) comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação; ou

b.2) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome do programa, dia e horário da veiculação.

10.2.2.2. Para Mídia Exterior: relatório de checagem com fotos, emitidos por empresas terceirizadas, ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos.

10.2.2.3. Para Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

10.2.2.4. Para Mídia Impressa: exemplares originais dos títulos.

10.2.3. A Nota Fiscal referente a serviço de veiculação deverá ser emitida pelos veículos de divulgação, e não será aceito em substituição nenhum documento fiscal emitido por representantes de veículos.

10.3. As liquidações e pagamentos serão feitos da seguinte forma:

10.3.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança das CONTRATADAS e dos veículos, dos planos de mídia autorizados pela Secretaria de Comunicação e dos comprovantes mencionados no subitem **10.2.2**, **em até 30 (trinta) dias** após a apresentação da nota fiscal.

10.3.2. Peças e materiais produzidos por terceiros: mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores e dos respectivos comprovantes de entrega do serviço, **em até 30 (trinta) dias** após a apresentação da nota fiscal.

10.4. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade fiscal da CONTRATADA, que deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social (CND) e Certidões Negativas de Débitos Relativos a Tributos Federais, Inexistência de Débitos junto à Justiça do Trabalho, Certidão Negativa Estadual e Certidão Negativa Municipal.

10.4.1. Em havendo subcontratação dos serviços, é obrigação da CONTRATADA exigir a comprovação de regularidade fiscal dos fornecedores e dos veículos, mediante apresentação dos documentos indicados no item 10.4, os quais deverão ser apresentados ao CONTRATANTE, antes da efetivação do pagamento.

10.5. Caso se constate nos documentos de cobrança erro, irregularidade ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o Fiscal deste contrato poderá devolvê-los, para as devidas correções, ou aceitá-los, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

10.6. O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

10.7. O 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.

10.8. Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo CONTRATANTE.

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

10.8.2. O CONTRATANTE poderá exigir da CONTRATADA, relatórios que comprovem os pagamentos feitos a terceiros.

10.8.2.1. Os relatórios devem ter pelo menos as seguintes informações: número do banco, da agência e da ordem bancária, data do pagamento, valor e nome do favorecido.

10.9. O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

11.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções:

a) multa de mora de 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor do serviço em atraso, por dia de inadimplência, até o limite de vinte dias úteis, caracterizando inexecução parcial deste contrato;

b) multa compensatória de até 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela inadimplência além do prazo acima referido na alínea anterior, caracterizando inexecução total deste contrato;

c) advertência;

d) suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE por prazo de até dois anos;

e) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

11.2. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

11.3. A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de dez dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo CONTRATANTE.

11.4. O valor da multa poderá ser descontado da fatura ou do crédito existente no CONTRATANTE, em favor da CONTRATADA, sendo que, se o valor da multa for superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei.

11.5. As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato, devidamente justificado.

11.6. As sanções aqui prevista são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil.

11.7. Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – RESCISÃO

12.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 137 e 138 e nas formas estabelecidas no art.139, todos da Lei 14.133/2021.

12.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

f) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e

g) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública.

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

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

12.3.1. A associação da CONTRATADA com outras empresas, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação só serão admitidas quando apresentada a documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências, e com o consentimento prévio e por escrito do CONTRATANTE e desde que não afetem a boa execução deste contrato.

12.4. A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei 14.133/2021, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

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

13. - CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA FRAUDE E DA CORRUPÇÃO

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

I - Para os propósitos desta cláusula, definem-se as seguintes práticas:

f) **“prática corrupta”**: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação ou na execução de contrato;

g) **“prática fraudulenta”**: a falsificação ou omissão dos fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação ou de execução de contrato;

h) **“prática colusiva”**: esquematizar ou estabelecer um acordo entre dois ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes ou prepostos do órgão licitador, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;

i) **“prática coercitiva”**: causar dano ou ameaçar causar dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação em um processo licitatório ou afetar a execução do contrato;

j) **“prática obstrutiva”**: (i) destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em inspeções ou fazer declarações falsas aos representantes do organismo financeiro multilateral, com o objetivo de impedir materialmente a apuração de alegações de prática prevista na cláusula III, deste Edital; (ii) atos cuja intenção seja impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção;

II – Na hipótese de financiamento, parcial ou integral, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, este organismo imporá sanção sobre uma empresa ou pessoa física, inclusive declarando-a inelegível, indefinidamente ou por prazo determinado, para a outorga de contratos financiados pelo organismo se, em qualquer momento, constatar o envolvimento da empresa, diretamente ou por meio de um agente, em práticas corruptas,

fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas ao participar da licitação ou da execução de um contrato financiado pelo organismo;

III – Considerando os propósitos das cláusulas acima, o licitante vencedor, como condição para a contratação, deverá concordar e autorizar que, na hipótese de o contrato vir a ser financiado, em parte ou integralmente, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, permitirá que o organismo financeiro e/ou pessoas por ele formalmente indicadas possam inspecionar o local de execução do contrato e todos os documentos, contas e registros relacionados à licitação e à execução do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

14.2. O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município de Assis Chateaubriand.

14.2.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

14.3. O presente contrato poderá ser denunciado pelo CONTRATANTE após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

14.4. Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

14.5. São assegurados ao **CONTRATANTE** todos os direitos e faculdades previstos na Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

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

14.7. Independente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital de Concorrência nº 005/2024 e seus Anexos, bem como a proposta da empresa CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – FORO

15.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Assis Chateaubriand, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em duas vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, de tudo ciente.

ASSIS CHATEAUBRIAND/PR, _____ de _____ de 2024.

CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas

Nome

CPF

Endereço

Nome

CPF

Endereço

APÊNDICE DO EDITAL

Parecer elaborado pela área técnica.

DIANTE DO DESPACHO 35- 4.887/2024 COM O PARECER Nº 215/2024, SEGUE ESCLARECIMENTOS E RESPOSTAS PARA ALGUNS DOS ITENS E APONTAMENTOS.

14. Entretanto, a lista de verificação assinala o cumprimento de etapas que não foram efetivamente cumpridas. Em especial, analisando a fase de planejamento da licitação e a Portaria nº 1188/2024, que trata da gestão e fiscalização do ajuste, verifica-se que há identidade de servidores que participam de ambas as fases da licitação (planejamento e execução contratual), o que fere o princípio da segregação de funções. Desta forma, também esta questão deverá ser observada e sanada antes de dar seguimento ao feito.

R- Tal situação foi sanada com nova solicitação de revogação da portaria em questão com novos servidores designados, como consta no **Despacho 37- 4.887/2024**

33. No caso concreto, a legitimidade do quantitativo da futura contratação não foi demonstrada, entende-se que a justificativa apresentada carece de elementos probatórios, sugerindo-se, ao menos, a complementação da justificativa para a ausência de quantitativo para objeto licitado. Compulsando aos autos não se identifica quais e quantas serão as campanhas mínimas a serem realizadas durante o período contratual, sendo exemplificadas campanhas preventivas da dengue, febre amarela, divulgação de obras em andamento. Diante disso, solicitou-se no Parecer nº 357/2023, desta Procuradoria-Geral, processo administrativo nº 7.777/2023, que fosse PROCESSO ELETRÔNICO ADMINISTRATIVO Nº 4.887/2024 11 esclarecido eventual dificuldade (inviabilidade) na previsão das campanhas a serem realizadas ou se o Município incumbirá a CONTRATADA a definição qualitativa e quantitativa das campanhas e publicidade a ser realizada.

R- O município solicitará campanhas adicionais, além das já previstas conforme mencionado no parecer. É importante ressaltar que a contratada estará disponível para atender a demanda do município, desde que haja justificativa para a necessidade de divulgação. Para tanto, o município deverá fornecer as informações e dados necessários para a elaboração da campanha, de modo a garantir que a mensagem seja transmitida de forma clara e eficaz. Dessa forma, a contratada estará apta a desenvolver campanhas que atendam às necessidades específicas do município, contribuindo para a disseminação de informações relevantes à comunidade.

Vale ressaltar ainda a importância da divulgação de diversas campanhas ao longo do ano. Como mencionado, campanhas como Covid-19, Dengue, Investimentos, Alvará, ISS fixo, Agricultura, ISSQN, Vacinação Bivalente, Eleição do Conselho Tutelar, IPTU, Agência do Trabalhador destaque em geração de emprego no Paraná, Maio Laranja, Feirão de Empregos, REFFIS, Informação sobre castração, obras, Aniversário do município, Agosto Azul - Campanha sobre prevenção do câncer de próstata, Setembro Amarelo, Família Acolhedora, Expo Assis, Outubro Rosa, Campanhas de Vacinação, prestação de contas das ações de governo, Natal Luz e orientações sobre Escorpião são de extrema importância para a população.

55. No caso concreto, a Administração deixou de registrar que a demanda está devidamente contemplada no PCA do órgão, devendo-o fazer bojo do processo administrativo em curso

R- Segue comprovação do registro na qual a demanda foi devidamente contemplada no PCA

Contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda Institucional NORMAL R\$ 900.000,00
Secretaria de Governo

59. No caso concreto, a Administração não elaborou a análise de riscos, sendo conveniente ressaltar que deverá ser elaborado tal documento ou justificar a sua ausência nos presentes autos.

R-

1. **ANÁLISE DE RISCOS**

1.1. O gerenciamento de riscos permite ações contínuas de planejamento, organização e controle dos recursos relacionados aos riscos que possam comprometer o sucesso da contratação, da execução do objeto e da gestão contratual.

1.2. O Mapa de Gerenciamento de Riscos deve conter a identificação e a análise dos principais riscos, consistindo na compreensão da natureza e determinação do nível de risco, que corresponde à combinação do impacto e de suas probabilidades que possam comprometer a efetividade da contratação, bem como o alcance dos resultados pretendidos com a solução.

1.3. O Mapa de Riscos da presente contratação, consiste em: identificar os riscos que possam comprometer a efetividade da contratação (em todas as fases: planejamento, seleção de fornecedor e gestão contratual); avaliá-los segundo probabilidade e impacto; tomar ações para diminuir sua probabilidade de ocorrência; e, para os riscos que persistirem, definir ações de contingência e os responsáveis por tomá-las caso se materializem.

1.4. Estimativa de riscos

1.5. Para estimar o nível dos riscos, utilizou-se a matriz abaixo:

I M P A C T O	MUITO ALTO 5	MÉDIO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
	ALTO 4	MÉDIO	MÉDIO	ALTO	ALTO	ALTO
	MÉDIO 3	BAIXO	MÉDIO	MÉDIO	ALTO	ALTO
	BAIXO 2	BAIXO	BAIXO	MÉDIO	MÉDIO	ALTO
	MUITO BAIXO 1	BAIXO	BAIXO	BAIXO	MÉDIO	MÉDIO
		1 RARO	2 POUCO PROVÁVEL	3 PRO VÁVEL	4 MUITO PROVÁVEL	5 PRATICAMENTE CERTO
PROBABILIDADE						

1.6. Tabela com pontuação

I M P A C T O	MUITO ALTO 5	6	7	8	9	10
	ALTO 4	5	6	7	8	9
	MÉDIO 3	4	5	6	7	8
	BAIXO 2	3	4	5	6	7
	MUITO BAIXO 1	2	3	4	5	6
		1 RARO	2 POUCO PROVÁVEL	3 PRO VÁVEL	4 MUITO PROVÁVEL	5 PRATICAMENTE CERTO

PROBABILIDADE

1.7. Riscos na faixa vermelha estão acima do limite tolerável de exposição e riscos na faixa amarela exigem monitoramento. Apenas os riscos na faixa verde podem ser aceitos. A coluna nível de risco do mapa abaixo segue a classificação da matriz.

1.8. RISCOS RELACIONADOS AO PROCESSO DE CONTRATAÇÃO

Nº	NÍVEL DO RISCO	RISCO	FEITO/ CONSEQUÊNCIA	AÇÃO	ETAPA RESPONSÁVEL
1	5	PLANEJAMENTO INCOMPLETO OU DE DIFÍCIL ENTENDIMENTO	CONTRATAÇÃO INADEQUADA, ATRASOS E DIFICULDADES NA	INVESTIR TEMPO NA FASE DE PLANEJAMENTO E	EQUIPE DE PLANEJAMENTO

			EXECUÇÃO DO CONTRATO.	DEFINIÇÃO CLARA DO OBJETO.	
2	4	DIFICULDADE PARA CONTROLE E FISCALIZAÇÃO APÓS CONTRATAÇÃO	INSUFICIÊNCIA DE MECANISMOS DE CONTROLE INTERNO PARA ACOMPANHAR E FISCALIZAR A EXECUÇÃO DOS CONTRATOS.	IMPLEMENTAÇÃO DE CONTROLE E FISCALIZAÇÃO EFETIVOS, COM CLAUSULAS CLARAS NO CONTRATO QUE DE SUPORTE AO FISCAL E GESTOR DE CONTRATO	EQUIPE DE PLANEJAMENTO
3	6	INTERRUPÇÃO DO CONTRATO SEM AVISO PRÉVIO	A INTERRUPÇÃO RESULTARÁ NA SUSPENSÃO DOS SERVIÇOS CONTRATADOS, PREJUDICANDO A POPULAÇÃO E A CONTINUIDADE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS.	INCLUIR NO CONTRATO CLÁUSULAS CLARAS SOBRE AS CONDIÇÕES DE RESCISÃO E EXIGÊNCIA DE AVISO PRÉVIO, COM PRAZOS ESPECÍFICOS E COMPENSAÇÕES FINANCEIRAS EM CASO DE INTERRUPÇÃO NÃO JUSTIFICADA.	
4	6	EXECUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS COM BAIXA ADESÃO	VEICULAÇÃO EM HORÁRIOS OU CANAIS INADEQUADOS	CONTROLE SOBRE A EXECUÇÃO DA PROGRAMAÇÃO E CANAIS DE VEICULAÇÃO. ACOMPANHAR OS DADOS DA EXECUÇÃO.	FISCAIS DE CONTRATO E GESTOR DE CONTRATO
5	6	CONTRATAÇÃO DE FORNECEDOR INCAPAZ DE ATENDER AS NECESSIDADES DO MUNICÍPIO	CONTRATADA NÃO ATENDAS AS EXPECTATIVAS E NECESSIDADES DO MUNICÍPIO, AFETANDO OS	ESPECIFICAR OS SERVIÇOS QUE DEVERÃO SER EXECUTADOS, SOLICITAR COMPROVAÇÃO	EQUIPE DE PLANEJAMENTO

			RESULTADOS DESEJADOS	QUE PROPONENTE ATENDE NECESSIDADES MININAS MUNICIPIO	A AS DO	
--	--	--	-------------------------	---	---------------	--

66. No caso concreto, inexistiu elaboração de pesquisa de preços nos termos descritos nas normas aplicáveis, em especial os parâmetros no art. 23, §1º da Lei 14.133/2021, assim, balizou-se somente nos preços das contratações desta própria municipalidade para o valor global do objeto licitado, desse modo, entende-se que deverá se elaborar pesquisa de preços com outras fontes ou justificativa adequada à ausência com outras fontes mercadológicas.

Importante informar que a presente contratação decorre da licitação de serviços de publicidade — Concorrência 8/2018. A licitação encerrada envolvia um valor global estimado de R\$ 900.000,00 (Novecentos Mil reais). Como demonstra o quadro abaixo, o referido valor de R\$ (900.000,00) apresentou-se condizente com o histórico dos investimentos publicitários envolvidos nas contratações vigentes e anteriores, com vistas a apoiar a administração no desenvolvimento das ações publicitárias.

**HISTÓRICO CONTRATUAL INÍCIO FIM VALOR DO
CONTRATO**

CONC. 003/2018- CONTRATO 028/2019 08/05/2019 08/05/2020 R\$900.000,00

CONC. 003/2018 - CONTRATO

028/2019 – 1º ADITIVO

RENOVAÇÃO

07/05/2020 08/05/2021

R\$ 900.000,00

CONC. 003/2018 - CONTRATO

028/2019 – 2º ADITIVO

RENOVAÇÃO

07/05/2021 08/05/2022

R\$

900.000,00

CONC. 003/2018 - CONTRATO028/2019 –

3º ADITIVO RENOVAÇÃO

03/05/2022 08/05/2023

R\$ 900.0

CONC. 003/2018 - CONTRATO028/2019 –

4º ADITIVO RENOVAÇÃO

08/05/2023 08/05/2024

R\$ 900.000,00

TOTAL 4.500.000,00

R- Em Anexo segue informações de valores de municípios do Paraná, cujo o valor se assemelha ao do município de Assis Chateaubriand, como é o caso de Goioerê, Corbélia, Laranjeiras do Sul e Entre Rios do Oeste.

Município	Número de Habitantes	Valor
Corbélia	17.470 (dados de 2023)	R\$550.000,00
Goioerê	28.437 (dados de 2023)	R\$ 840.000,00
Laranjeiras do Sul	32.227 (dados de 2023)	R\$ 950.000,00
Entre Rios do Oeste	4.575 (dados de 2023)	RS 575.000,00

79. Da avaliação sobre a necessidade de qualificar o TR como documento classificado (Lei de Acesso à Informação) 79. De acordo com o art. 8º do Decretomunicipal nº 39/2024, ao final da elaboração do TR, deve-se avaliar a necessidade de classificá-lo nos termos da Lei nº 12.527/2011, o que não foi observado no caso concreto e deverá ser providenciado.

R- Nesse caso não há necessidade de classificá-lo nos termos da Lei.

103. Em especial, analisando a fase de planejamento da licitação e a Portaria nº1188/2024, que trata da gestão e fiscalização do ajuste, verifica-se que há identidade de servidores que participam de ambas as fases da licitação (planejamento e execução contratual), o que fere o princípio da segregação de funções. Desta forma, também esta questão deverá ser observada e sanada antes de dar seguimento ao feito.

R- Tal situação foi sanada com nova solicitação de revogação da portaria em questão com novos servidores designados, como consta no **Despacho 37- 4.887/2024.**