



CÂMARA MUNICIPAL DE **PATO BRANCO**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA 2/2024

CONTRATANTE (UASG)
(UASG - 927634) - CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO - PR

OBJETO

Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, para atender às necessidades da Câmara Municipal de Pato Branco, de acordo ao constante neste termo.

VALOR TOTAL MÁXIMO DA CONTRATAÇÃO

R\$ 177.211,32 (cento e setenta e sete e sete mil, duzentos e onze reais e trinta e dois centavos)

DATA DA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA

Dia 30/1/2025 às 15h15 (horário de Brasília)

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:

Técnica e Preço

MODO DE DISPUTA:

Fechado

EXCLUSIVIDADE ME/EPP/EQUIPARADAS

Não



Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná



(46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547



<http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





EDITAL

CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO - ESTADO DO PARANÁ

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 2/2024

(Processo Administrativo nº 64/2024)

A Câmara Municipal de Pato Branco, Estado do Paraná, CNPJ nº 76.898.196/0001-45, com sede na Rua Arariboia, 491, Centro, CEP 85.501-262, Pato Branco, Paraná, por meio da Comissão Especial de Contratação, designada pelo Presidente da Câmara Municipal, através da Portaria nº 35, de 22 de maio de 2024, torna público que realizará licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, na forma PRESENCIAL, Tipo TÉCNICA E PREÇO, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

ENTREGA DOS ENVELOPES Nº 1, 2, 3 E 4	DAS 14:00 HORAS ATÉ 15:00 HORAS DO DIA 30/1/2025
1ª SESSÃO PÚBLICA - ABERTURA DOS ENVELOPES nºs 1 E 3	ÀS 15 HORAS E 15 MINUTOS DO DIA 30/1/2025
LOCAL DA ENTREGA:	NA SEDE DA CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO, SALA DE REUNIÕES, RUA ARARIBOIA, 491, CENTRO, CEP 85.501-262, PATO BRANCO, PARANÁ, À Comissão Especial de Contratação,

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, para atender às necessidades da Câmara Municipal





de Pato Branco, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

1.2. A presente contratação de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, 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, as quais serão CONTRATADAS por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

1.3. Para a presente contratação, o objeto será adjudicado a somente 1 (uma) agência de propaganda, considerando o porte e as demandas da contratação, a qual não impõe a necessidade de mais de uma CONTRATADA concomitantemente.

1.4. Não está incluído no objeto desta licitação a publicidade oficial, assim entendida a publicação de atos oficiais, de natureza administrativa ou legal, tais como leis, atos normativos, atos de pessoal, publicidade de licitações e contratos entre outros.

1.5. Os serviços objeto da presente contratação serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010

2. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

2.1. Poderão participar desta licitação quaisquer empresas prestadoras de serviços especializadas no ramo, legalmente constituídas, desde que satisfaçam às exigências, conforme condições e quantidades estabelecidas neste Edital e seus anexos.

2.1.1. A agência de propaganda e publicidade a ser contratada deverá ter suas atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento.

2.1.2. O Certificado referido no subitem anterior poderá ser obtido junto ao Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP, nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal nº 12.232/10.

2.2. **Não poderão participar desta licitação as empresas que:**

2.2.1. tenham sido declaradas inidôneas no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e

Municípios, em qualquer esfera da Administração Pública;





- 2.2.2. constituíram as pessoas jurídicas que foram apenadas conforme item 2.2.1 enquanto perdurarem as causas das penalidades, independentemente de nova pessoa jurídica que vierem a constituir ou de outra em que figurarem como sócios;
- 2.2.3. não funcionem no País, se encontrem sob falência, dissolução ou liquidação, bem como as pessoas físicas sob insolvência;
- 2.2.4. estiverem incluídos no Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar com a Administração Pública;
- 2.2.5. mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- 2.2.6. cujos sócios, dirigentes, controladores, empregados ou responsáveis técnicos ou legais integrem a Subcomissão Técnica ou sejam ocupantes de cargo ou tenham ligações de emprego com a Câmara Municipal de Pato Branco.

2.3. A verificação de eventual enquadramento na situação de que trata o item 2.2, será realizada mediante consulta ao:

- 2.3.1. SICAF;
- 2.3.2. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis>);
- 2.3.3. Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>);
- 2.3.4. Consulta de restrições ao direito de contratar com a Administração Pública - TCE Paraná. (<https://crcap.tce.pr.gov.br/ConsultarImpedidos.aspx>).

2.4. Constatada a existência de sanção impeditiva de licitar no âmbito do município de Pato Branco/PR, o licitante será reputado inabilitado, por falta de condição de participação.

2.5. A participação nesta Concorrência Pública importa à licitante a aceitação das condições estabelecidas no presente Edital, bem como na observância dos regulamentos, normas administrativas e técnicas aplicáveis, inclusive quanto aos recursos.

2.6. As sessões públicas e a reunião da subcomissão técnica **serão gravadas em áudio e vídeo**, sendo que as gravações serão parte integrante da Ata circunstanciada que registrará os fatos ocorridos, inclusive eventuais reclamações que interessarem ao julgamento da licitação.





2.7. Os documentos e o envelope da proposta ficarão disponíveis à licitante que não restar habilitada por um período de 30 (trinta) dias, decorridos os prazos recursais, após os quais serão inutilizados pela Câmara Municipal de Pato Branco.

2.8. Não será aceita, em qualquer hipótese, a participação de licitante retardatária, assim considerada aquela que apresentar os envelopes após o dia e horário estabelecido para a entrega dos mesmos.

2.9. Nenhuma pessoa física, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma licitante.

2.10. A participação na presente licitação implica na aceitação plena e irrevogável de todas as condições expressas neste Edital e em seus anexos; também na observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, e, ainda, na responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.11. Nenhuma licitante poderá participar desta licitação com mais de uma Proposta.

3. DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

3.1. Para comprovar a representação legal ou a qualidade de preposto da licitante, a pessoa indicada apresentará à Comissão Especial de Contratação, documento que o credencia a representar a licitante no certame (Anexo IV), juntamente com o seu documento de identificação válido, conforme detalhamento no item 3.2.

3.2. Cada licitante poderá ter somente um representante legal com plenos poderes para intervir, quando necessário, em qualquer fase do processo licitatório, inclusive para renunciar ao direito de interposição de recursos.

3.2.1. Esse representante deverá estar munido de documento de identificação válido e de procuração conferindo-lhe poderes específicos para esse fim (o instrumento desse mandato, assinado pelo diretor ou responsável legal pela pessoa jurídica, deverá ter firma reconhecida em cartório e será apresentado fora dos Envelopes e posteriormente juntado aos autos do processo).

3.2.2. Se o representante for proprietário ou sócio-diretor da licitante, deverá comprovar essa qualidade por meio da apresentação de documento hábil que demonstre claramente os poderes a ele atribuídos.

3.2.3. O documento comprovando a sua legitimidade para representar a licitante deverá ser entregue na 1ª sessão pública de recebimento dos envelopes e a qualquer momento quando se fizer conveniente ao processo.





4. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1. As despesas pertinentes ao objeto do presente Edital correrão à conta da : 2133000 MANTER AS ATIVIDADES LEGISLATIVAS, DO PRESIDENTE, VEREADORES E ASSESSORES; 3.3.90.39.00.00.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA; 3.3.90.39.88.00.00 - SERVICOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

5. DA RETIRADA DO EDITAL

5.1. O Edital deverá ser retirado por processo de descarregamento eletrônico (download) no sítio eletrônico da Câmara Municipal de Pato Branco (<https://www.patobranco.pr.leg.br>), no link: 'https://www.patobranco.pr.leg.br/transparencia/avisos-e-editais-de-licitacao/2024/concorrenca-eletronica', podendo também ser retirado no Departamento Administrativo, na sede da CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO, RUA ARARIBOIA, 491, CENTRO, CEP 85.501-262, PATO BRANCO, PARANÁ, telefone/whatsapp: (46) 3272-1547; no horário compreendido entre 12h e 19h e pelo e-mail: licitacao@patobranco.pr.leg.br.

5.2. Os esclarecimentos e informações, sobre o Edital, serão prestados pela Comissão Especial de Contratação, localizada na Rua Arariboia, 491, Centro, Cep 85.501-262, Pato Branco, Paraná, telefone/whatsapp: (46) 3272-1547; no horário compreendido entre 12h e 19h e pelo e-mail licitacao@patobranco.pr.leg.br.

6. DOS ANEXOS QUE INTEGRAM O EDITAL

- 6.1. ANEXO I - Estudo Técnico preliminar;
- 6.2. ANEXO II - Termo de Referência;
- 6.3. ANEXO III - Briefing;
- 6.4. ANEXO IV - Modelo de de Declaração de credenciamento de Representante Legal;
- 6.5. ANEXO V - Modelo de Proposta de Preços;
- 6.6. ANEXO VI - Modelo de Declaração de cumprimento de requisitos legais.
- 6.7. ANEXO VII - Habilitação.
- 6.8. ANEXO VIII - Minuta do Contrato.

7. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

7.1. As propostas técnicas e de preços e os documentos de habilitação deverão ser apresentados à Comissão Especial de Contratação em envelopes distintos e separados,





na forma a seguir discriminada, sendo que o **Envelope nº 1** será apresentado sem fechamento (aberto), e os demais serão fechados e rubricados no fecho.

7.2. A proposta técnica deverá ser apresentada conforme item 7 do Termo de Referência :

7.2.1. O envelope será padronizado e fornecido previamente pela Câmara Municipal de Pato Branco, sem nenhum tipo de identificação, não se admitindo a apresentação de outro tipo de envelope pelos licitantes;

7.2.2. O **Envelope nº 1** conterà: o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, não podendo ter nenhuma identificação na parte externa, bem como em seu conteúdo, para preservar, até a abertura do Envelope nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária;

7.2.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado conforme item 7.4 do Termo de Referência (Anexo II);

7.2.4. Não será recebido o Envelope nº 1 que tenha sido danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

7.2.5. O Envelope nº 1, via não identificada, deverá ser retirado pela interessada, de segunda a sexta-feira das 12h às 19h, e, no dia da primeira sessão pública de recebimento dos envelopes, das 12h às 15h, junto à Comissão Especial de Contratação, no Departamento Administrativo da Câmara, no seguinte endereço: Rua Arariboia, 491, Centro, Cep 85.501-262, Pato Branco/Paraná.

7.2.5.1. A Câmara Municipal de Pato Branco não enviará o envelope relativo à via não identificada via correios.

7.3. **Envelope nº 2:** Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá ser apresentado conforme item 7.5 do Termo de Referência (Anexo II), contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE Nº 2)

CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO - Comissão Especial de Contratação

CONCORRÊNCIA Nº XX/2024

NOME DA LICITANTE (Razão Social)

CNPJ

7.3.1. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.





7.3.2. O Envelope nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.3.3. O Plano de Comunicação Publicitária com a via identificada que constará no Envelope nº 2 (sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa), deverá estar datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

7.4. **Envelope nº 3:** Conjunto de informações, deverá ser apresentado conforme item 7.6 do Termo de Referência (Anexo II), contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE Nº 3)

CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO - Comissão Especial de Contratação

CONCORRÊNCIA Nº XX/2024

NOME DA LICITANTE (Razão Social)

CNPJ

7.4.1. O Envelope 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;

7.4.2. Os documentos deverão conter identificação da licitante e data, além da assinatura e/ou rubrica em todas as folhas;

7.4.3. O Envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2, sob pena de desclassificação da licitante.

7.5. **Envelope nº 4:** A Proposta de Preços, deverá ser apresentada conforme item 9 do Termo de Referência (Anexo II), contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTAS DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4)

CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO - Comissão Especial de Contratação

CONCORRÊNCIA Nº XX/2024

NOME DA LICITANTE (Razão Social)

CNPJ





7.5.1. O Envelope 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;

7.5.2. As Propostas de Preços deverão ser apresentadas em papel que identifique a licitante, numeradas sequencialmente, redigidas em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, datadas e assinadas.

7.5.3. A Proposta de Preços deverá, obrigatoriamente, seguir o modelo constante no Anexo V do Edital.

7.6. **Os Envelopes nº 1, 2, 3 e 4** deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação, Departamento Administrativo da Câmara Municipal de Pato Branco/Paraná, localizada na Rua Arariboia, 491, Centro, Cep 85.501-262, Pato Branco/Paraná, até o dia e horário estipulado para a abertura da 1ª sessão pública.

7.7. **Envelope nº 5:** Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados conforme item 12 do Termo de Referência (Anexo II), contendo no anverso os seguintes dizeres:.

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 5)

CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO - Comissão Especial de Contratação

CONCORRÊNCIA Nº XX/2024

NOME DA LICITANTE (Razão Social)

CNPJ

7.7.1. O Envelope nº 5 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;

7.7.2. O Envelope nº 5 deverá ser entregue em data futura, depois da classificação final das licitantes, em sessão pública que será previamente marcada e anunciada pela Comissão Especial de Contratação, no correio eletrônico informado pelas licitantes, no site da Câmara, no Jornal de Beltrão e no Diário Oficial dos Municípios.

7.8. Os envelopes poderão ser enviados via Correios aos cuidados da Comissão Especial de Contratação da Câmara Municipal de Pato Branco, na Rua Arariboia, 491, Centro, CEP 85.501-262, Pato Branco, Paraná, respeitando todos os requisitos ditados por este Edital, até a data e horário da abertura da sessão.





8. DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES Nº 1, 2 e 3):

8.1. A proposta técnica será composta de um Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing (Anexo III), e de um Conjunto de Informações referentes ao proponente, conforme item 7 do Termo de Referência (Anexo II).

9. DA REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA:

9.1. O pagamento será efetuado conforme especificado no Termo de Referência (Anexo II).

10. DA PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4):

10.1. A proposta de Preço deverá ser apresentada conforme Anexo V deste Edital, e será julgada conforme item 9 do Termo de Referência (Anexo II).

10.2. A validade da proposta não poderá ser inferior a 240 (duzentos e quarenta) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação.

11. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 5):

11.1. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas depois do julgamento final das propostas, e deverão ser apresentados conforme item 12 do Termo de Referência (Anexo II).

12. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

12.1. A análise e o julgamento técnico deste certame, relativamente ao conteúdo dos Envelopes nº 1 e 3, dar-se-ão por intermédio de uma Subcomissão Técnica constituída nos termos do art. 10 e parágrafos da Lei nº 12.232/2010.

13. DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO:

13.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, as quais serão gravadas em áudio e vídeo, lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

13.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 3 deste Edital.

13.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.





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

13.5. 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 Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora.

13.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

13.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

13.8. Comissão Especial de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

13.9. As gravações das sessões públicas e reuniões da subcomissão técnica serão parte integrante das atas das sessões dessa concorrência.

Primeira Sessão

13.10. A primeira sessão pública será realizada às 15 horas e 15 minutos do dia 30/1/2025 na sala de Reuniões da Câmara Municipal de Pato Branco, localizada na Rua Arariboia, 491, Centro, Cep 85.501-262, Pato Branco/Paraná, e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 3.2.3 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 2 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.





13.10.1. O Envelope nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Contratação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Envelope nº 2.

13.10.2. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 13.10.1, a Comissão Especial de Contratação não receberá o Envelope nº 1 e desclassificará a Licitante.

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

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3;
- b) retirar e analisar o conteúdo dos Envelopes nº 1;
- c) abrir os Envelopes nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para análise, os documentos constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

13.10.4. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

13.10.5. A Comissão Especial de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes.

13.10.6. Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Contratação.





13.10.7. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 13.10.8 e seguintes.

13.10.7.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Contratação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 17, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

13.10.8. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada);
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, desclassificando-se as que desatenderem às exigências legais ou estabelecidas neste Edital;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação, na devolução dos Envelopes nº 1;
- d) somente após o recebimento pela Comissão Especial de Contratação dos documentos e dos Envelopes nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) das licitantes;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) das licitantes, desclassificando aquelas que desatenderem a Lei ou o presente instrumento convocatório;
- f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação, na devolução dos Envelopes nº 3.

13.10.9. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um determinado quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20%





(vinte por cento) da pontuação máxima do quesito analisado, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório (art. 6º, inciso VII da Lei nº 12.232/10).

13.10.9.1. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito prevista no subitem anterior, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

13.10.10. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do Envelope nº 2.

13.10.11. Se a subcomissão técnica verificar a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria da proposta técnica em momento anterior à abertura do Envelope nº 3, e que não tenha sido constatado antes pela Comissão Especial de Contratação, deverá registrar o fato em Ata a fim de que sejam tomadas as devidas providências.

13.10.12. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 13.10.8 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações de cada membro para cada subquesito do Conjunto de Informações, de cada licitante.

Segunda Sessão

13.11. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 16, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº 2;





- c) cotejar os documentos constantes dos Envelopes nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) identificar a nota da proposta técnica de cada Licitante e informar que as mesmas serão publicadas na forma do item 16, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

13.11.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Especial de Contratação.

13.12. A desclassificação de licitante em razão da proposta técnica implicará na restituição incólume do seu Envelope nº 4 – Proposta de Preço.

Terceira Sessão

13.13. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, referentes à nota da proposta técnica, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 16, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;
- d) analisar o cumprimento das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços, desclassificando as licitantes que não as atenderem, e julgar as referidas propostas de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital;





- e) calcular a Nota da Proposta de Preços de cada licitante, conforme disposto no item 15 deste Edital;
- f) calcular a Nota Média Ponderada Final de cada licitante, conforme disposto no 15 deste Edital;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 16, com a indicação da ordem de classificação e das licitantes desclassificadas, abrindo-se prazo para interposição de recurso; e
- a) dar conhecimento do resultado do julgamento de propostas, através da publicação no Diário Oficial dos Municípios do Paraná, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

Quarta Sessão

13.14. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, referentes ao resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 16, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- b) identificar os representantes das licitantes classificadas presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- c) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes classificadas, nos termos do item 2 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- d) receber e abrir os Envelopes nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes classificadas presentes;
- e) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- f) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;





- g) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 16, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

14. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA:

14.1. O julgamento das Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Subcomissão Técnica, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste Edital e em seus anexos.

14.1.1. A Subcomissão Técnica realizará o julgamento das Propostas Técnicas, conforme itens 7 e 8 do Termo de Referência (Anexo II).

14.1.2. A Subcomissão Técnica entregará a Comissão Especial de Contratação o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, através de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e de ata assinada por todos os membros da Subcomissão.

15. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA CLASSIFICAÇÃO FINAL:

15.1. O julgamento das Propostas de Preço apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Comissão Especial de Contratação, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste Edital e em seus anexos.

15.1.1. A Comissão Especial de Contratação realizará o julgamento das Propostas de Preço, conforme item 9 do Termo de Referência (Anexo II).

15.1.2. A Comissão Especial de Contratação realizará a apuração da pontuação final, conforme item 10 do Termo de Referência (Anexo II).

15.1.3. A Comissão Especial de Contratação registrará em ata a classificação final e fará a publicação dos atos.

16. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS:

16.1. Os atos decorrentes desta licitação serão publicados nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010 e Lei Federal nº 14.133/2021.





17. DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO:

17.1. Compete à Comissão Especial de Contratação decidir sobre a impugnação do edital, sendo ouvida a Procuradoria Jurídica, quando for o caso, nos termos do art. 88 da Resolução nº 6, de 24 de abril de 2021 e do art. 8º, § 3º, da Lei nº 14.133/2021.

17.2. No prazo de até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes, qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos, providências e impugnar o ato convocatório desta Concorrência, conforme art. 164 da Lei nº 14.133/21.

17.3. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, conforme Parágrafo Único do art. 164 da Lei nº 14.133/21.

17.4. O pedido de impugnação deverá ser encaminhado à Comissão Especial de Contratação, através do seguinte endereço eletrônico: licitacao@patobranco.pr.leg.br ou de forma presencial na Câmara Municipal de Pato Branco, localizada na Rua Arariboia, 491, Centro, Pato Branco/Paraná.

17.5. Acolhida a petição contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame.

18. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS:

18.1. Dos atos praticados pela Administração, caberá recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis contado da data de intimação ou de lavratura da ata, conforme art. 165 da Lei nº 14.133/2021.

18.2. A eventual interposição de recursos referentes ao resultado da presente licitação deverá efetivar-se no prazo máximo de 3 (três) dias úteis após ciência da decisão, através de petição escrita dirigida ao Presidente da Câmara e encaminhado à Comissão Especial de Contratação, através do seguinte endereço eletrônico: licitacao@patobranco.pr.leg.br ou de forma presencial na Câmara Municipal de Pato Branco, localizada na Rua Arariboia, 491, Centro, Pato Branco/Paraná.

18.3. Interposto o recurso, dele será dado conhecimento às demais licitantes que disporão do prazo máximo de 3 (três) dias úteis, contados da data do recebimento da comunicação, para, querendo, apresentar as contrarrazões (art. 165, § 4º da Lei nº 14.133/2021).

18.4. Compete à Comissão Especial de Contratação receber e examinar os recursos interpostos contra seus atos e, quando mantiver as decisões proferidas, encaminhá-los ao Presidente da Câmara, devidamente instruídos. (art. 165, § 2º da Lei nº 14.133/2021).





18.5. Não será conhecido recurso interposto fora do prazo legal ou com fins meramente protelatórios, assim entendidos os recursos em que se constatar ausência de argumentos plausíveis e comprovação do alegado.

19. DA CONTRATAÇÃO:

19.1. Homologado o resultado da licitação, o licitante mais bem classificado terá o prazo de 5 (cinco) dias, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o Contrato, cujo prazo de validade encontra-se nele fixado, sob pena de decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021.

19.2. O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, mediante solicitação do licitante mais bem classificado ou do fornecedor convocado, desde que:

19.2.1. a solicitação seja devidamente justificada e apresentada dentro do prazo; e

19.2.2. a justificativa apresentada seja aceita pela Administração.

19.3. O Contrato será assinado por meio de assinatura digital.

19.4. Será facultada à Administração a convocação dos demais licitantes classificados para a contratação de remanescente de serviço em consequência de rescisão contratual, observados os mesmos critérios estabelecidos nos §§ 2º e 4º do art. 90 da Lei Federal nº 14.133/2021.

20. DOS DIREITOS AUTORAIS:

20.1. Fica estabelecida a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso, ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do Contrato firmado, para a propriedade da Câmara Municipal de Pato Branco, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

20.2. A Câmara Municipal de Pato Branco considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais de fornecedoras das contratadas, ou uso de imagem de artistas e modelos, seja por tempo limitado ou definitivo.

21. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS:

21.1. O valor total destinado para os gastos com os serviços de Publicidade e Propaganda será de R\$ 177.211,32 (cento e setenta e sete e sete mil, duzentos e onze reais e trinta e dois centavos) para o período de 12 (doze) meses.





21.2. A Câmara Municipal de Pato Branco reserva-se o direito de a seu exclusivo juízo, utilizar ou não a totalidade da verba prevista para a execução dos serviços de publicidade.

22. DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES, DA FISCALIZAÇÃO DO OBJETO, DO PAGAMENTO E DAS SANÇÕES:

22.1. As obrigações do LICITANTE e da Câmara Municipal de Pato Branco, a fiscalização do objeto deste certame, a forma de pagamento, bem como as sanções contratuais, estão previstas nos Anexos (Termo de Referência e Minuta do Contrato), encartados neste Edital.

23. DA PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE:

23.1. Em razão do regime diferenciado previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, na apresentação da proposta de preço (envelope nº 4), as licitantes participantes deverão apresentar documento que comprove o enquadramento da empresa como Microempresa (ME) e/ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), o qual poderá ser Certidão Simplificada da Junta Comercial do Estado ou Declaração firmada e carimbada por contador, contendo o número do CRC (Conselho Regional de Contabilidade), com firma reconhecida da assinatura do contador.

23.2. A não apresentação de comprovante contendo o enquadramento da empresa em Microempresa (ME) e/ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), presumirá que a mesma não se enquadra e não terá tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar nº 123/2006.

23.3. A falsidade de declaração prestada objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/2006, caracterizará infração de que trata o art. 155, VIII, da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e de sanções administrativas previstas neste Edital.

23.4. Consoante art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, as Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs) deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição.

23.5. Consoante § 1º do art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs), será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério da Comissão Especial de Contratação, para regularização da documentação, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a proponente for declarada vencedora do certame, para a regularização da documentação,





pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

23.6. Consoante § 2º do art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, a não regularização da documentação, no prazo previsto no item anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, sendo facultada a convocação da(s) licitante(s) remanescente(s), na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto ao preço, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

23.7. Havendo empate na pontuação final entre duas ou mais licitantes serão tomados os seguintes procedimentos:

23.8. Consoante art. 44 da Lei Complementar nº 123/06, serão consideradas empatadas aquelas situações em que a pontuação final da(s) Microempresa(s) (MEs) ou Empresa(s) de Pequeno Porte (EPPs) esteja compreendida até 10% (dez por cento) inferiores à pontuação final da licitante melhor classificada.

23.9. Consoante inciso I do art. 45 da Lei Complementar nº 123/2006, a Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) melhor classificada nos termos do item 23.8, poderá apresentar nova proposta de preço, de forma que sua pontuação final venha a ser superior à da licitante melhor classificada.

23.10. Não será aceita nova proposta de preço da Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) que não repercuta em uma pontuação final superior à da licitante inicialmente melhor classificada.

23.11. A Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) melhor classificada nos termos do item 23.8 não poderá apresentar novas propostas técnicas, compreendidas estas o Plano de Comunicação Publicitária e o Conjunto de Informações, sendo que sua nova proposta será tão somente no quesito preço.

23.12. Consoante inciso II do art. 45 da Lei Complementar nº 123/06, em não havendo interesse da Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) melhor classificada em apresentar nova proposta de preço, serão convocadas as remanescentes que se enquadrarem na hipótese do item 23.8, na ordem classificatória, para que exerçam o mesmo direito.

23.13. Consoante inciso III do art. 45 da Lei Complementar nº 123/06, no caso de equivalência na pontuação final das Microempresa(s) (MEs) ou Empresa(s) de Pequeno Porte (EPPs) que estiverem enquadradas no intervalo estabelecido no item 23.8, será





realizado sorteio entre elas para identificar aquela que primeiro poderá apresentar nova proposta de preço.

23.14. Para a apresentação da nova proposta de preço por parte da Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) melhor classificada nos termos do item 23.8, se observará:

a) quando presente seu representante legal na sessão pública, terá 30 (trinta) minutos para formular e apresentar verbalmente nova proposta de preço, nos termos do item 23.9; e

b) quando não presente seu representante legal na sessão pública, a Comissão Especial de Contratação convocará todas as licitantes interessadas e pelos mesmos meios de publicação deste Edital para nova sessão pública para apresentação da proposta de preço.

23.15. O disposto nos itens 23.8 a 23.14 somente se aplicarão quando a maior pontuação final não for de Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP).

23.16. Em caso de empate de notas idênticas na pontuação final entre ME/EPP e média e grande empresa, a ME/EPP será declarada vencedora, em razão de sua natureza, nos termos do art. 44, *caput*, da Lei Comp. 123/2006.

23.17. Em caso de empate de notas idênticas na pontuação final entre duas ou mais Microempresas (MEs) ou Empresas de Pequeno Porte (EPPs), se aplicará o disposto item 11 do Termo de Referência.

24. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS:

24.1. É facultada à Comissão Especial de Contratação ou à autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada inclusão "a posteriori" de documento ou informação que deveria constar originalmente da proposta.

24.2. Na apreciação dos documentos e no julgamento das propostas, a Comissão Especial de Contratação poderá relevar omissões nitidamente formais, sanáveis em prazo determinado pela Comissão, desde que restem intocados a lisura e o caráter competitivo do procedimento licitatório.

24.3. A Câmara Municipal de Pato Branco poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar o ato, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

24.4. Será divulgada ata das sessões públicas no sítio eletrônico.





24.5. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização das sessões do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pela Comissão Especial de Contratação.

24.6. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília - DF.

24.7. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

24.8. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

24.9. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

24.10. Os prazos previstos nesta Lei serão contados com exclusão do dia do começo e inclusão do dia do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

24.11. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

24.12. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e endereço eletrônico www.patobranco.pr.leg.br, menu licitações.

(assinado digitalmente)

EDUARDO ALBANI DALA COSTA
Presidente





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO I

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Página 24 | 84



Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná



(46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547



<http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

1.1. A fim de executar os serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção, distribuição de materiais publicitários, a veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, que sejam de interesse da Câmara, se faz necessário a contratação de Agência de Publicidade, nos termos na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

2. DA PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

2.1. A presente contratação tem previsão para o ano de 2024 no plano de contratações anual.

3. DAS ESTIMATIVAS DE QUANTIDADES E VALORES E DO DESCRITIVO

3.1. A presente contratação tem previsão legislativa amparada na Lei Federal nº 12.232/2010, a qual no art. 6º dispensa a exigência de elaboração de orçamentos e pesquisa de preços, visto que o procedimento de julgamento será por meio de desconto sobre os valores constantes da tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - SINAPRO/PR, a qual é a entidade legalmente reconhecida que representa a classe.

3.2. De outro lado, há que constar do edital o valor total máximo estimado para a contratação, pelo que, conforme determinação do Presidente da Casa, será de R\$ 177.211,32 (cento e setenta e sete mil, duzentos e onze reais e trinta e dois centavos), para o período de 12 (doze) meses.

4. DO LEVANTAMENTO DE MERCADO

4.1. Da aplicação da nova lei de licitações

4.1.1. De antemão, vale mencionar que com a entrada em vigor da Lei Federal nº 14.133/2021, esta passou a ser aplicada subsidiariamente à Lei Federal nº 12.232/2010, conforme previsto nos arts. 186 e 189 da primeira.

4.1.2. Neste sentido, conforme artigo técnico disponibilizado no sítio eletrônico especializado conjur.com.br¹, intitulado: Impacto da Lei nº 14.133/2021 em licitações e contratos de publicidade; aplicam-se subsidiariamente as novas regras previstas na novel legislação ao caso em tela.

4.1.3. Trataremos alguns pontos essenciais para a pertinente condução do presente processo.

4.2. Da sessão presencial

4.2.1. A sistemática procedimental prevista na Lei Federal nº 12.232/2010 prevê, pelo que se depreende da redação constante do art. 6º, e incisos e parágrafos, e do art. 11, § 4º, e respectivos incisos e alíneas, a realização de licitação de forma presencial, afim de cumprir com as regras lá dispostas.

¹ <https://www.conjur.com.br/2022-mai-15/publico-pragmatico-impacto-lei-141332021-licitacoes-contratos-publicidade/>





4.2.2. De outra banda, a Lei Federal nº 14.133/2021, no art. 17, § 2º, estabelece que as sessões, ao serem realizadas de forma presencial, deverão ser registradas em ata e gravada em áudio e vídeo.

4.2.3. Neste sentido, considerando ser a Lei Federal nº 12.232/2010 específica no que tange à contratação do objeto da presente contratação, pode-se interpretar que faz-se necessário aplicar as regras relativas à entrega de envelopes, processamento e julgamento da licitação atinentes à Lei mais específica, justificando-se, assim, a realização da licitação de forma presencial, sendo, no entanto, a sessão gravada em áudio e vídeo, a fim de atender à novel legislação subsidiária.

4.3. Da melhor técnica ou técnica e preço

4.3.1. A Lei Federal nº 14.133/2021, art. 35, preceitua que o julgamento por melhor técnica considerará exclusivamente as propostas técnicas, e o edital deverá definir a remuneração a ser paga ao contratado.

4.3.2. Já o art. 36 da mesma Lei, ordena que o julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço das propostas.

4.3.3. Posto isto, considerando existir a tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - SINAPRO/PR, a qual é a entidade legalmente reconhecida que representa a classe, sobre a qual pode ser aplicado desconto percentual sobre os valores lá dispostos, vislumbra-se ser mais vantajoso para a Administração buscar desconto percentual sobre os valores da tabela, aliado à proposta tecnicamente superior.

4.3.4. Vale mencionar, também, que é praxe a presente prática nas contratações públicas para este objeto.

4.4. Da subcomissão técnica

4.4.1. Conforme previsão do art. 10, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010, há a necessidade de instauração de subcomissão técnica, a fim de avaliar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes.

4.4.2. O mesmo dispositivo legal preceitua que pelo menos 1/3 dos membros da subcomissão técnica não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

4.4.3. Ainda os § 2º e § 3º do artigo mencionado determinam que a escolha dos membros se dará por sorteio, em sessão pública, entre nomes previamente cadastrados.

4.4.4. Segundo Ronny Charles², em artigo técnico intitulado: LICITAÇÕES E CONTRATAÇÕES SOB A ÉGIDE DA LEI Nº 12.232/2010; deverá a Administração ter cadastro prévio dos profissionais que comporão a subcomissão técnica, o que não é o caso desta Casa, a qual não possui o cadastro prévio em questão.

4.4.5. Neste sentido, haverá que ser elaborada pelo Setor competente e publicada intenção de realização do cadastro, para, posteriormente, realizar o sorteio disciplinado pela Lei para a composição da subcomissão mencionada.

4.5. Do plano de comunicação publicitária (briefing)

² <https://ronnycharles.com.br/licitacoes-e-contratacoes-sob-a-egide-da-lei-n-12-232-2010/>





4.5.1. O art. 6º, I e II, da Lei Federal nº 12.232/2010, prevê que as propostas técnicas deverão ser compostas de um plano de comunicação publicitária, o qual deverá basear-se em informações expressas no *briefing*.

4.5.2. Neste sentido, faz-se necessário que o Departamento competente elabore o *briefing* para compor o edital da licitação.

5. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS E DA MODALIDADE DA LICITAÇÃO

5.1. O critério de julgamento das propostas será por técnica e preço, considerando, no quesito preço, o maior desconto percentual sobre os valores da tabela Sinapro.

5.2. A modalidade de licitação será concorrência.

6. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

6.1. Trata-se de contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

6.2. A licitação se dará por meio de certame cujo critério de julgamento será técnica e preço, sendo considerado, para ponderação da pontuação final, o maior desconto percentual ofertado sobre os valores de tabela do Sinapro, aliado à pontuação da proposta técnica.

6.3. A licitação será conduzida de acordo aos ditames da Lei Federal nº 12.232/2010, sendo aplicada subsidiariamente a Lei Federal nº 14.133/2021.

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

6.5. Demais obrigações da CONTRATADA serão pormenorizadas no subseqüente Termo de Referência.

7. DA JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO

7.1. O critério de julgamento das propostas será por técnica e preço, não havendo parcelamento.

8. DO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

8.1. Pretende-se com a presente contratação obter resolução técnica e acompanhamento especializado e capacitado na área desta contratação, a fim de atender às necessidades da mesma.

9. DAS PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

9.1. Faz-se necessária a nomeação de fiscal de contrato responsável pelo acompanhamento da parte técnica do contrato, a fim de auxiliar o fiscal de contrato administrativo.

10. DAS CONTRATAÇÕES CORRELATAS OU INTERDEPENDENTES





10.1. Não há contratações diretamente correlatas ou interdependentes a esta, salvo o contrato atualmente vigente para o mesmo objeto, que, no entanto, se extinguirá quando da entrada da vigência deste.

11. DA DESCRIÇÃO DE POSSÍVEL IMPACTOS AMBIENTAIS

11.1. A presente contratação não apresenta impactos ambientais diretos.

12. DOS ITENS DESTE ESTUDO PRELIMINAR

12.1. Com base nos itens arrolados neste estudo preliminar, é possível aferir as principais características da presente contratação, pelo que se justifica a não contemplação de todos os incisos do § 1º do art. 18 da Lei Federal nº 14.133/2021, com base no disposto no § 2º do mesmo artigo da Lei, bem como no disposto no § 2º do art. 2º do Decreto Municipal nº 9.604/2023.

13. DA CONCLUSÃO

13.1. Por todo o exposto, conclui-se que a presente contratação é adequada para o atendimento da necessidade existente na Casa, sendo necessária e condizente com o interesse público.





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO II

TERMO DE REFERÊNCIA

Página 29 | 84



Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná



(46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547



<http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





TERMO DE REFERÊNCIA

14. DO OBJETO

14.1. Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, para atender às necessidades da Câmara Municipal de Pato Branco, de acordo ao constante neste termo.

15. DA JUSTIFICATIVA

15.1. A fim de executar os serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção, distribuição de materiais publicitários, a veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, que sejam de interesse da Câmara, se faz necessário a contratação de Agência de Publicidade, nos termos na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

16. DAS ESPECIFICAÇÕES, QUANTIDADES E ESTIMATIVA DE VALORES

16.1. As especificações e as estimativas de quantidades e valores são as abaixo relacionadas, de acordo às justificativas constantes do Estudo Técnico Preliminar, parte integrante deste processo de contratação.

Item	Und.	Qnt.	Descrição	Valor total estimado
1	Svç.	1	Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.	R\$ 177.211,32

16.2. O valor total é meramente estimativo, compreendendo o período de 12 (doze) meses, reservando-se à CONTRATANTE o direito de não utilizá-lo em sua totalidade durante a vigência contratual, sendo que a sua não utilização não confere à CONTRATADA quaisquer direitos, seja de que natureza for.

17. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO E DO MODELO DE EXECUÇÃO

17.1. Os serviços de publicidade e propaganda objeto da presente licitação 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 publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

17.2. Incluem-se, ainda, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados pertinentes:





17.2.1. 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 da Lei Federal nº 12.232/2010.

17.2.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

17.2.3. 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.

17.3. A presente contratação de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, 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, as quais serão CONTRATADAS por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

17.4. Para a presente contratação, o objeto será adjudicado a somente 1 (uma) agência de propaganda, considerando o porte e as demandas da contratação, a qual não impõe a necessidade de mais de uma CONTRATADA concomitantemente.

17.5. Não está incluído no objeto desta licitação a publicidade oficial, assim entendida a publicação de atos oficiais, de natureza administrativa ou legal, tais como leis, atos normativos, atos de pessoal, publicidade de licitações e contratos entre outros.

17.6. Os serviços objeto da presente contratação serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

17.7. O 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.

17.8. A agência CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução de atividades complementares, de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

17.10. A criação de campanhas será solicitada pela CONTRATANTE mediante a apresentação de resumo das necessidades a serem atendidas.





17.11. Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, a CONTRATADA deverá adotar as seguintes diretrizes:

17.11.1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

17.11.2. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

17.11.3. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total, o prazo de entrega e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

17.11.4. A cotação deverá ser apresentar a identificação do fornecedor, constando CNPJ e responsável; e

17.11.5. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes.

17.12. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores e prestadores de serviços, independentemente de valor, para fins de averiguação de valores.

17.13. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados junto a empresas em que dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

17.14. Para a distribuição da publicidade aos veículos, a CONTRATADA deverá submeter à aprovação da CONTRATANTE o plano de mídia de cada campanha ou ação, discriminando detalhadamente os veículos, praças, inserções, valores unitários e totais, além de outras informações pertinentes, juntamente com a defesa técnica que justifique a distribuição de mídia adotada.

17.15. A CONTRATADA apenas reservará ou comprará espaço publicitário de veículo se tiver sido prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

17.15.1. A autorização a que se refere o subitem precedente, não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação nos planejamentos de mídia que apresentará para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência do contrato.

17.16. Caso julgue necessário, a CONTRATANTE solicitará à CONTRATADA tabela de preços oficial dos veículos de comunicação.

17.17. O prazo de entrega dos serviços poderá ser prorrogado, mediante requerimento da CONTRATADA, justificando os motivos de atraso, devidamente comprovados e com indicação do número de dias da prorrogação pleiteada, cabendo à CONTRATANTE aceitar ou não o pedido de prorrogação.

17.18. A CONTRATADA deverá utilizar profissionais de comprovada capacidade técnica para atendimento da execução dos serviços do objeto.

17.19. A CONTRATADA deverá envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir integralmente à CONTRATANTE





os descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

17.20. A CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

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

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

17.23. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer ao CONTRATADO bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

17.23.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto neste item exigirá sempre a apresentação pelo CONTRATADO à CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

17.23.2. No caso do subitem anterior, o CONTRATADO procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

17.23.3. O fornecimento de bens ou serviços cujo de valor seja igual ou inferior ao previsto na § 3º do art.14 da Lei Federal nº 12.232/2010, está dispensado do procedimento previsto no no subitem anterior.

18. DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

18.1. O critério de julgamento das propostas será por técnica e preço.

19. DA MODALIDADE DE LICITAÇÃO

19.1. A modalidade de licitação será concorrência, na forma presencial, de acordo às justificativas constantes do estudo técnico preliminar, parte deste processo de contratação.

20. DA PROPOSTA TÉCNICA

20.1. A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no **briefing**, e de um conjunto de informações referentes ao licitante, de acordo aos seguintes quesitos.





20.1.1. Plano de comunicação publicitária:

- 20.1.1.1. Raciocínio lógico;
- 20.1.1.2. Estratégia de comunicação publicitária;
- 20.1.1.3. Ideia criativa; e
- 20.1.1.4. Estratégia de mídia e não mídia.

20.1.2. Conjunto de informações:

- 20.1.2.1. Capacidade de atendimento;
- 20.1.2.2. Repertório; e
- 20.1.2.3. Relatório e resolução de problemas de comunicação.

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

20.3. As propostas técnicas deverão ser apresentadas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

Plano de comunicação publicitária - via não identificada

20.4. O **plano de comunicação publicitária - via não identificada** deverá ser apresentado da seguinte forma:

20.4.1. a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato; b) Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda; c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes; d) Com texto justificado; e) Com espaçamento “simples” entre as linhas; f) Com texto e numeração de página em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático” tamanho “12 pontos”, ressalvado o disposto nos quesitos relativos ao raciocínio básico e à estratégia de comunicação publicitária; g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de texto, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito da página; h) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; i) A capa e contracapa em papel A4 branco com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco; j) Sem identificação da licitante.

20.4.1.1. O plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro da via identificada.

20.4.1.2. Podem ser utilizadas páginas isoladas, com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no item 7.4.2.1.1 e devem seguir as especificações do item 7.4.1 no que couber.

20.4.2. Os subquesitos **raciocínio básico** e **estratégia de comunicação publicitária** poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:





20.4.2.1. a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores; b) os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”; c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado. Neste caso, para fins de limite previsto no subitem deste item, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4. d) poderão ser impressas na orientação paisagem.

20.4.2.1.1. Os textos do Raciocínio Básico, da estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista no item 7.4.5.3, estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

20.4.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

20.4.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado e poderão ser impressas na orientação paisagem.

20.4.3.2. Os textos da estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar especialmente para o disposto no item 7.4.4.1 deste termo, bem como no acondicionamento dos documentos no invólucro não identificado.

20.4.3.3. Para fins desta contratação, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

20.4.4. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto “Ideia Criativa” serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 7.4.1 deste termo.

20.4.4.1. Os exemplos de que trata o 7.4.4 devem adequar-se às dimensões do invólucro da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, cabendo à licitante atentar para os demais requisitos previstos no Edital.

20.4.5. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no **briefing**, Anexo deste edital, observadas as seguintes disposições

20.4.5.1. Raciocínio básico, entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão: a) das funções e do papel do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR nos contextos social, político e econômico; b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR com seus públicos; c) das características do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR e das suas





atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; e) do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR; f) das necessidades das comunicações do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR para enfrentar esse problema.

20.4.5.1.1. O raciocínio básico deve consistir na apresentação pela licitante de diagnósticos das necessidades de comunicação publicitária do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado.

20.4.5.2. Estratégia de comunicação publicitária, entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação: a) a adequação do partido temático e do conceito proposto a natureza e a qualificação do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR e a seu problema específico de comunicação; b) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto; c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR com seus públicos; d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR; e) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados de metas por ele desejadas e a verba disponível.

20.4.5.2.1. A Estratégia de Comunicação Publicitária deve consistir na apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta, para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal de Pato Branco/PR, compreendendo: i) explicação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária; b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

20.4.5.3. Ideia criativa, entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação: a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR; b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; c) sua adequação ao universo cultural dos seguimentos de público-alvo; d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; g) sua pertinência às atividades do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR e à sua inserção nos





contextos social, político e econômico; h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados; i) a exequibilidade das peças e/ou dos materiais; j) a compatibilidade da linguagem utilizadas nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

20.4.5.3.1. A Ideia Criativa deve consistir na apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições: a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessário, para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto nos itens com comentários sobre cada peça e/ou material; b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplo as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

20.4.5.3.1.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do item 7.4.5.3.1, estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e/ou material.

20.4.5.3.1.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado "fisicamente", conforme estabelecido na alínea alínea 'b' do item 7.4.5.3.1, da alínea 'a' do item 7.4.5.3.1.3 e a relação prevista na alínea "a" do item 7.4.5.3.1, todos do item do item 7.4.5, deverá ser elaborada em dois blocos, sendo um para as peças e/ou material apresentados como exemplo e outro para o restante.

20.4.5.3.1.3. Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea "b" do item 7.4.5.3.1, do item do item 7.4.5: a) estão limitados a 7 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material; b) podem ser apresentados sob a forma de 1 (um) Anúncio para jornal local, página colorida (26cm x 36cm); 1 (um) Outdoor; 1 (um) Folder (15x21); 1 (um) Roteiro para VT, em televisão de abrangência local 30"; 1 (um) Roteiro (SPOT ou Jingle), para rádio 30"; 1 (uma) Arte para Facebook e Instagram; e 1 (um) Texto de uma lauda justificando a campanha.

20.4.5.3.1.3.1. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente" até o limite de que trata a alínea 'a' do item 7.4.5.3.1.3, devem ser observadas as seguintes regras: a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças; b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite; c) anúncio composto por páginas sequenciais será considerado uma peça; d) anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de uma página será considerada uma peça; e) um hostsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça; f) um filme e o





hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças; g) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças; h) um hotsite, cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

20.4.5.3.1.3.2. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do item 7.4.5.3.1.

20.4.5.3.1.3.3. Os storyboards animados ou animatics e os ‘monstros’ poderão ser apresentados em pendrive, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

20.4.5.3.1.3.3.1. Os pendrives utilizados pelas licitantes devem ser executáveis em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, e não podem conter informação, sinal ou marca que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, somente a marca do seu fabricante. Também para evitar eventual identificação, as licitantes devem se abster de utilizar pendrives coloridos, devendo essas mídias de apresentação possuírem apenas a cor preta e/ou cinza/prata.

20.4.5.3.1.3.4. Os “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, HTML, mpeg, swf e mov.

20.4.5.3.1.3.5. Na elaboração de “monstro” ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

20.4.5.3.1.3.6. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas ilustrações, fotos e/ou imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens, locução ou outros efeitos sonoros, mas não podem ser inseridas imagens animadas ou em movimento.

20.4.5.3.1.3.7. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout, observando o disposto no item 7.4.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº1 podem ser dobradas.

20.4.5.4. Estratégia de mídia e não mídia, entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação: a) o conceito dos hábitos de consumo de





comunicação dos segmentos de públicos prioritários; b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; c) a consciência do plano simulado da distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores; d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR; e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material; f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

20.4.5.4.1. A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser constituída de: a) apresentação em que a licitante explicará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no **briefing**, sob a forma de texto, tabelas, gráficos e planilhas. b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a vinculação, exposição ou distribuição, sob a forma de texto, tabelas, gráficos e planilhas.

20.4.5.4.1.1. Todas as peças e/ou material que integram a relação comentada prevista na alínea “a” do item 7.4.5.3.1 deverão constar de tal simulação.

20.4.5.4.1.2. Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos: a) o período de distribuição das peças e/ou material; b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação; c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios; d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação; e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia; f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia; g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

20.4.5.4.1.3. Na referida simulação: a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso da Licitação; b) para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos; b.1) para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação; c) outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de





comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação; d) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

20.4.5.4.1.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do item 7.4.5.4.1.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

Plano de comunicação publicitária - via identificada

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

Conjunto de informações

20.6. O conjunto de informações deverá ser composto dos quesitos descritos a seguir:

20.6.1. Capacidade de atendimento, entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação: a) considerará o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante, como anunciantes publicitários, o conceito de seus produtos e serviços no mercado, bem como o período de atendimento a cada um deles; b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR; d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; e) a operacionalidade do relacionamento entre o Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR e a licitante, esquematizado 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 a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Legislativo do Município de Pato Branco/PR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

20.6.1.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação de licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

20.6.1.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 7.6.1.1, poderá ser editada em papel A3 dobrável.

20.6.1.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 7.6.1 não poderão ter informações, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste





antes da abertura do invólucro da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

20.6.1.1.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

20.6.1.2. A capacidade de atendimento será constituída de texto, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará: a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles; b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação online e offline, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento; c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato; d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação da 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 de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Pato Branco/PR, sem ônus adicionais, na vigência do contrato. e) A Câmara Municipal de Pato Branco/PR se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho executivo das Normas Padrão.

20.6.2. Repertório, entende-se por Repertório para fins desta licitação: a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material; c) a clareza da exposição das informações prestadas.

20.6.2.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em Papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

20.6.2.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 7.6.2, poderá ser editada em papel A3 dobrável.

20.6.2.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura da via identificada do Plano de de Comunicação Publicitária.

20.6.2.1.3. Não há limitação de número de páginas para a apresentação do repertório.





20.6.2.2. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

20.6.2.2.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição e distribuição.

20.6.2.2.1.1. As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos dentro do período máximo de três anos anteriores à publicação deste edital.

20.6.2.2.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

20.6.2.2.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 7.6.2.2, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentados separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

20.6.2.2.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 7.6.2.2.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima atribuída ao subquesito 1 do Quesito 3 (5 pontos), conforme tabela constante do item 8.2 deste termo.

20.6.2.3. Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

20.6.2.4. As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela Câmara Municipal de Pato Branco/PR, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

20.6.3. Relatório e resolução de problemas de comunicação, entende-se por Relatório e resolução de problemas de comunicação para fins desta licitação: a) a evidência de planejamento publicitário; b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; c) a relevância dos resultados apresentados; d) a concatenação lógica da exposição.

20.6.3.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatórios e Resolução de Problemas de Comunicação Publicitária em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte “arial”,





tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

20.6.3.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 7.6.3 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no item 7.6.3.2, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

20.6.3.1.2. Os documentos e informações do caderno específicos mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura do invólucro da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

20.6.3.2. 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.

20.6.3.3. As propostas mencionadas no item 7.6.3.2 devem ter sido implementadas dentro do período máximo de três anos anteriores à publicação deste edital.

20.6.3.4. Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima atribuída ao subquesito 2 do Quesito 3 (10 pontos), conforme tabela constante do item 8.2. deste termo.

20.6.3.5. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

20.6.3.5.1. 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.

20.6.3.6. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que, se incluídas: I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro da via identificada do mesmo; II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 7.6.3.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentados separadamente, sendo que, em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais; III – para cada peça e/ou





material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

20.6.3.7. Os relatos referentes à Resolução de Problemas de Comunicação não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela Câmara Municipal de Pato Branco/PR, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

21. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

21.1. As Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Subcomissão Técnica, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste Edital e em seus anexos.

21.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da proposta, em cada quesito ou subquesito abaixo elencados.

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária		
Máximo de 70 pontos		
Subquesitos	Pontuação	Critérios
1. Raciocínio Básico	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.	a. Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b. Compreensão das informações contidas no briefing ; c. Clareza e objetividade
2. Estratégia de Comunicação Publicitária	Notas de 0 a 20, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende relativamente bem; 14 a 17 – Atende bem; 18 a 20 – Atende com excelência.	a. Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no briefing ; b. Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c. Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d. Capacidade de articulação,





		abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.
3. Ideia Criativa	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente bem; 19 a 21 – Atende bem; 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b. Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas da Câmara Municipal de Pato Branco/PR. c. Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d. Pertinência entre as atividades da Câmara Municipal de Pato Branco/PR e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e. Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f. Clareza e objetividade das soluções apresentadas.
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	Notas de 0 a 15, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende bem; 14 a 15 – Atende com excelência.	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e





		otimização de seu aproveitamento.
--	--	-----------------------------------

Quesito 2 - Conjunto de Informações (Capacidade de Atendimento) Máximo de 15 pontos		
Subquesito	Pontuação	Critérios
1. Principais clientes	Nota de 0 a 2, sendo: 0 – não atende; 1 – atende. 2 – atende com excelência.	0 - não comprovar ter possuído cliente da área pública; 1 ponto – comprovar possuir ou ter possuído apenas um Cliente da área pública; 2 pontos – comprovar possuir ou ter possuído dois Clientes da área Pública.
2. Qualificação técnica da equipe de profissionais	Nota de 0 a 5 pontos	Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 8.6 e 8.7 abaixo.
3. Estrutura física, instalações, infraestrutura e recursos materiais	Nota de 0 a 2, sendo: 0 – não atende; 1 – atende; 2 – atende com excelência	0 – não comprovar; 1 ponto – comprovar possuir imóvel próprio ou locado para instalação da empresa; 2 pontos – comprovar possuir a exigência acima e parque de informática suficiente para sua equipe técnica.
4. Sistemática de atendimento	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 – atende com excelência.	Critérios descritos no item 8.2.2 abaixo.
5. Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 - atende com excelência.	0 - não comprovar; 1 a 2 - comprovar utilizar pelo menos 2 das ferramentas (sendo 1 de auditoria de circulação e 1





ferramentas		de controle de mídia); 3 - comprovar utilizar mais de 2 Ferramentas.
-------------	--	---

Quesito 3 - Conjunto de Informações
(Repertório e Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação)
Máximo de 15 pontos

Subquesito	Pontuação	Critérios
1. Repertório	Nota de 0 a 5, sendo: 0 - não atende 1 a 2 – atende pouco; 3 – 4 - atende 5 - atende com excelência	a. Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta; b. Evidência de planejamento da solução, bem como qualidade na execução das soluções; c. Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza. Obs: Cada critério receberá nota de 0 a 5
2. Relatório e resolução de problemas de comunicação	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência	a) Capacidade de síntese; b) Clareza e objetividade; c) Concatenação lógica entre desafio e solução criativa; d) Eficácia de soluções e resultados apontados.

21.2.1. Os critérios acima descritos serão entendidos conforme conceituação que segue abaixo explicitada:

21.2.1.1. Consistência: qualidade de apresentar coerência entre as partes e o todo;





21.2.1.2. Pertinência: aquilo que concerne ao assunto desta licitação, como delineado no **briefing**;

21.2.1.3. Adequação: atendimento o mais perfeito possível, de forma organizada, às necessidades e objetivos do órgão licitante.

21.2.1.4. Relevância: o que tem importância ou relevo num contexto determinado;

21.2.1.5. Acuidade: qualidade de percepção de modo eficaz, sutileza e eficiência;

21.2.1.6. Síntese: capacidade de resumir determinado texto ou assunto, conservando a objetividade e clareza do mesmo, bem como a precisão de seu objeto.

21.2.2. Sistemática de atendimento:

21.2.2.1. Demonstração de conhecimento técnico sobre o cliente: 1 ponto;

21.2.2.2. Demonstração de conhecimento técnico sobre a dinâmica de um órgão público, prazos (urgentes ou não), cadeia de aprovação/decisões, atendimentos em emergências, conhecimento sobre disponibilização de equipes/meios, coordenação no atendimento: 1 ponto;

21.2.2.3. Identificação de situações que reclamem respostas rápidas aos cases/problemas apresentados pelo cliente, com adoção de rotina diferenciada: 1 ponto.

21.2.3. A pontuação técnica de cada proposta corresponderá à soma dos pontos atribuídos aos quesitos.

21.3. A avaliação da experiência e capacidade em relação aos recursos humanos será feita considerando-se as exigências e a tabela de pontuação.

21.4. Para execução dos serviços, a licitante deverá possuir profissionais qualificados em número suficiente ao desenvolvimento das atividades, tendo em vista suas especificações qualitativas e quantitativas, tendo em vista suas especificações qualitativas e quantitativas.

21.5. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente na área de comunicação publicitária, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do curriculum vitae resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada.

21.6. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 5 (cinco), segundo as tabelas abaixo:





Formação acadêmica	Sem formação acadêmica	Superior incompleto	Superior completo	Pós-graduação
Pontos	0	1	2	3

Experiência profissional	< 4 anos	4 a 8 anos	8 a 12 anos	> 12 anos
Pontos	0	1	2	3

21.7. O valor final de pontos obtidos será dividido pelo número total de profissionais apresentados. Fica estabelecido que a licitante que apresentar a equipe mais qualificada tecnicamente, com maior soma de pontos, receberá pontuação máxima atribuída ao sub quesito 2 do Quesito 2 (5 pontos) do item 8.2. As demais licitantes receberão neste subquesito pontuação proporcional à máxima.

21.8. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal.

21.9. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos individualmente pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

21.9.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica autores das pontuações consideradas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e será juntada aos autos do processo.

21.9.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

21.10. Será desclassificada a proposta técnica que:

21.10.1. Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

21.10.2. Apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária– Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

22. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

22.1. A proposta de preços deverá indicar os percentuais de desconto sobre os custos internos e os honorários referentes aos custos de serviços realizados por terceiros.





22.2. Os quesitos a serem considerados na proposta de preços serão os seguintes:

22.2.1. Percentual de desconto sobre os valores previstos na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - SINAPRO/PR, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados;

22.2.2. Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

22.2.3. Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes 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 pertinentes à execução do contrato; e

22.2.4. Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

22.3. Não serão aceitas e serão desclassificadas as propostas de preço que apresentarem:

22.3.1. Percentual de desconto igual à 0% (zero por cento), relativo ao item 9.2.1 deste termo.

22.3.2. Percentual de honorário superior à 5%, (cinco por cento), relativo ao item 9.2.2 deste termo.

22.3.3. Percentual de honorário superior à 8%, (oito por cento), relativo ao item 9.2.3 deste termo.

22.3.4. Percentual de honorário superior à 8%, (oito por cento), relativo ao item 9.2.4 deste termo.

22.4. A nota da proposta de preços está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, e resultará da seguinte metodologia:

22.4.1. A apuração dos pontos por quesitos será de acordo ao seguinte:

Quesitos	Pontos (P)
Percentual de desconto previstos no item 9.2.1 deste termo.	$P1 = 0,5 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários previstos no item 9.2.2 deste termo.	$P2 = 2,0 \times (5 - \text{honorários})$
Percentual de honorários previstos no item 9.2.3 deste termo.	$P3 = 2,5 \times (8 - \text{honorários})$





Percentual de honorários previstos no item 9.2.4 deste termo.	$P4 = 2,5 \times (8 - \text{honorários})$
---	---

22.4.2. A apuração da nota da proposta de preços (NP) será de acordo ao seguinte:

$NP = P1 + P2 + P3 + P4$

22.5. A proposta de preço que obtiver maior pontuação será considerada como a de menor preço.

22.6. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.

22.7. Para efeito de cálculo dos pontos das propostas, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas pelas respectivas percentagens constantes de sua proposta de preços, sem o símbolo de percentual (“%”).

22.8. Não serão aceitos percentuais com mais de 2 (dois) dígitos após a vírgula.

23. DA APURAÇÃO DA NOTA FINAL

23.1. Para a aferição da pontuação final, serão avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, na proporção de 60% (sessenta por cento) de valoração para a proposta técnica, nos termos do art. 36, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

23.2. Para a aferição da nota final (NF) será utilizada a seguinte equação:

$NF = (NT \times 0,6) + (NP \times 0,4)$
NF: nota final
NT: nota da proposta técnica
NP: nota da proposta de preço

23.3. A pontuação relativa às propostas serão consideradas até 2 (dois) dígitos após a vírgula, sem arredondamentos e sendo desprezadas as demais casas decimais.

23.4. Será declarada vencedora a proponente que obtiver a maior nota final.

24. DOS CRITÉRIOS DE DESEMPATE

24.1. Nas situações de empate de notas idênticas na pontuação final em que não se aplique, como critério de desempate, preferência de contratação para Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs), serão adotados os seguintes procedimentos:

24.1.1. Maior nota obtida na proposta técnica relativa ao quesito de estratégia de comunicação publicitária;

24.1.2. Maior nota obtida na proposta técnica relativa ao quesito de ideia criativa;

24.1.3. Maior nota obtida na proposta técnica relativa ao quesito raciocínio básico;





24.1.4. Maior nota obtida na proposta técnica relativa ao quesito de capacidade de atendimento;

24.1.5. Maior nota obtida na proposta técnica relativa ao quesito repertório; e

24.1.6. Se persistir o empate serão aplicadas as disposições do art. 60 da Lei Federal nº 14.133/2021.

25. DA HABILITAÇÃO

25.1. A habilitação jurídica se dará de acordo ao constante no art. 66 da Lei Federal nº 14.133/2021.

25.2. A habilitação fiscal, social e trabalhista se dará de acordo ao constante no art. 68 da Lei Federal nº 14.133/2021.

25.3. A habilitação relativa à qualificação técnica se dará por meio de:

25.3.1. Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão - CENP, nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

25.3.2. Declaração de que a proponente dispõe de condições operacionais para atender no Município de Pato Branco/PR, caso seja vencedora da Licitação.

25.3.3. Certidão ou atestado de capacidade técnica fornecido por pessoas jurídicas de direito público, que comprove que a empresa executou de forma satisfatória a entrega de serviço do mesmo objeto desta contratação, ou seja, prestação de serviço de publicidade prestado por intermédio de agência de propaganda, com características similares, para entidades ou órgãos públicos da esfera municipal de no mínimo 45 (quarenta e cinco) mil habitantes, o que corresponde a 50% dos habitantes do município da CONTRATANTE, ou para órgãos ou entidades públicas das esferas estadual, distrital ou federal.

25.4. A habilitação econômico-financeira se dará por meio de:

25.4.1. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais.

25.4.1.1. A comprovação de boa situação financeira da licitante será feita por meio de avaliação do balanço patrimonial, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes das fórmulas a seguir, deverão ser maiores que um (>1):

25.4.1.1.1. Liquidez Geral (LG): $(\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})$.

25.4.1.1.2. Solvência Geral (SG): $\text{Ativo Total} / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})$.

25.4.1.1.3. Liquidez Corrente (LC): $\text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante}$.

25.4.1.1.3.1. Os índices acima serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua





assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

25.4.1.1.3.2. A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos neste termo, deverá incluir, no Invólucro dos documentos de habilitação, comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% do valor global do contrato, ou seja, R\$ 17.721,13 (dezesete mil, setecentos e vinte e um reais e treze centavos).

25.4.2. Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

26. DOS DIREITOS AUTORAIS

26.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos autorais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência desta contratação, sem nenhum custo adicional.

26.2. A CONTRATANTE considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais de fornecedoras da CONTRATADA, ou uso de imagem de artistas e modelos, seja por tempo limitado ou definitivo.

27. DO PAGAMENTO

27.1. O pagamento será efetuado após a efetiva execução do objeto, por meio de depósito em conta bancária da CONTRATADA ou pagamento de boleto de cobrança emitido pela CONTRATADA.

27.2. O pagamento será realizado em até 10 (dez) dias contados do recebimento definitivo da fatura.

27.3. Havendo erro na apresentação da fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que a CONTRATADA providencie as medidas saneadoras, hipótese em que o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a CONTRATANTE.

27.4. A CONTRATADA deverá fazer as retenções tributárias em conformidade com a legislação e normas vigentes, especialmente a retenção do imposto de renda, nos termos do Decreto Municipal nº 9.152, de 27 de abril de 2023, ou outra normativa que o venha a substituir.

27.5. A CONTRATADA deverá apresentar juntamente com a nota fiscal um relatório das campanhas publicitárias, incluindo:

27.5.1. Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) do(s) veículo(s) contratado(s);





27.5.2. Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) de serviços realizados por terceiro(s), relativos à produção dos materiais publicitários; e

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

27.6. A nota fiscal deverá conter o valor total dos serviços realizados, incluído o valor das despesas de veículos contratados e os serviços realizados por terceiros.

28. DA VIGÊNCIA DO INSTRUMENTO DE CONTRATO

28.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, iniciando-se na data de sua publicação ou data distinta prevista no contrato.

28.2. O contrato poderá ser prorrogado, havendo interesse entre as partes e a critério da CONTRATANTE, consoante o art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021³.

29. DO REAJUSTE, DA REVISÃO, DAS ATUALIZAÇÕES E DAS ALTERAÇÕES

29.1. O reajuste do contrato se dará após decorridos 12 (doze) meses, tendo como data-base a data do orçamento estimado, de acordo à variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, do IBGE, acumulado no período de 12 (doze) meses, ou outro índice que vier a substituí-lo.

29.2. O reajuste dos valores será aplicado sobre o valor estimado da contratação, a fim de corrigir a inflação do período, visto que os valores dos serviços são baseados em tabela vigente do SINAPRO, a qual é atualizada conforme regras do próprio Sindicato.

29.3. O contrato poderá ser alterado consoante o art. 124 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante termo aditivo.

30. DAS SANÇÕES

30.1. Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, garantida a ampla defesa e o contraditório, a CONTRATADA estará sujeita, nos termos dos arts. 155 e 156 da Lei Federal nº 14.133/2021, à aplicação das seguintes sanções administrativas.

30.1.1. Advertência.

30.1.2. Multa.

30.1.3. Impedimento de licitar ou contratar.

30.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

³ Acórdão TCU 222/2006 - Plenário - Declaração de voto - 4. Com efeito, a identificação dos serviços de natureza contínua não se faz a partir do exame da atividade desenvolvida pelo particular. A continuidade do serviço retrata, na verdade, a permanência da necessidade pública a ser satisfeita com a contratação. Disponível em:

<https://contas.tcu.gov.br/juris/SvlHighLight?key=41434f5244414f2d434f4d504c45544f2d3239353736&sort=RELEVANCIA&ordem=DESC&bases=ACORDAO-COMPLETO.&highlight=&posicaoDocumento=0&numDocumento=1&totalDocumentos=1>.





30.2. Poderão ser aplicadas multas de caráter moratório e compensatório, a serem aplicadas de acordo aos percentuais indicados na sequência.

30.2.1. De caráter moratório.

30.2.1.1. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplida, quando o atraso não for superior 30 (trinta).

30.2.1.2. 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso que exceder o item anterior, até o limite de 15 (quinze) dias, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o trigésimo primeiro dia de atraso, sobre o valor correspondente à parte inadimplida, em caráter excepcional, e a critério da CONTRATANTE.

30.2.2. De caráter compensatório.

30.2.2.1. 15% (quinze por cento) em caso de inexecução parcial do objeto pela CONTRATADA, ou nos casos de rescisão do contrato, calculada sobre a parte inadimplida.

30.2.2.2. 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato, pela sua inexecução total ou pela recusa injustificada do licitante adjudicatário em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela CONTRATANTE.

30.3. O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do primeiro dia útil seguinte ao do vencimento do prazo de entrega ou execução do contrato.

30.4. No caso de atraso por mais de 30 (trinta) dias, ou de o somatório das multas aplicadas por atraso ou inadimplemento ultrapassarem o percentual de 20% (vinte por cento) do valor total do contrato, fica facultado à CONTRATANTE reconhecer a ocorrência das hipóteses de rescisão contratual.

30.5. A fixação de multas compensatórias ou moratórias não obsta o ajuizamento de demanda buscando indenização suplementar em favor da CONTRATANTE, sendo o dano superior ao percentual referido.

30.6. Não serão aplicadas as multas decorrentes de descumprimento das obrigações contratuais resultante da existência de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados.

30.7. Quaisquer multas aplicadas deverão ser recolhidas aos cofres públicos da Municipalidade em até 5 (cinco) dias úteis, contados de sua publicação no Órgão Oficial da CONTRATANTE, podendo, ainda, ser descontadas de qualquer fatura ou crédito existente, a critério da CONTRATANTE.

30.8. A aplicação das penalidades é de competência exclusiva do Presidente da Câmara Municipal de Pato Branco.

30.9. Na aplicação destas penalidades serão admitidos os recursos e a sistemática procedimentais previstos em Lei e regulamentação pertinente, bem como serão aplicadas





em procedimento administrativo autônomo, garantindo-se o contraditório à CONTRATADA.

30.10. Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pela CONTRATADA à CONTRATANTE, este será encaminhado para inscrição em dívida ativa.

31. DA EXTINÇÃO CONTRATUAL E DO CANCELAMENTO DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

31.1. Na ocorrência de quaisquer das hipóteses previstas no art. 137 da Lei Federal nº 14.133/2021, a CONTRATANTE poderá, garantidos o contraditório e a ampla defesa, rescindir unilateral ou amigavelmente o contrato, na forma do art. 138, bem como aplicar à CONTRATADA as sanções previstas no art. 156, ambos do mesmo diploma legal.

31.2. No caso de extinção contratual poderá ser aplicada multa de acordo ao disposto nas sanções.

32. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

32.1. Indicar 1 (um) ou mais prepostos a fim de representar a CONTRATADA em toda e qualquer comunicação junto à CONTRATANTE.

32.2. Substituir, sempre que exigido pela CONTRATANTE e independentemente de justificativa, qualquer empregado cuja atuação ou comportamento sejam considerados prejudiciais, inconvenientes ou insatisfatórios, ou que se apresente para a prestação do serviço fora dos padrões exigidos, ou, ainda, que seja considerado tecnicamente inapto.

32.3. Manter sigilo, sob pena de responsabilidade, sobre todo e qualquer assunto de interesse da CONTRATANTE ou de terceiros de que tomar ciência em razão da execução do objeto, devendo orientar seus intérpretes nesse sentido.

32.4. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pela gestão e fiscalização contratual, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.

32.5. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes da execução do contrato.

32.6. Não subcontratar total ou parcialmente o objeto deste contrato.

32.7. Comunicar, por escrito, eventual atraso ou paralisação dos serviços, apresentando razões justificadoras que serão objeto de apreciação pela CONTRATANTE.

32.8. Não reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio, ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado conhecimento em razão da execução dos serviços objeto deste contrato sem o consentimento, por escrito, da CONTRATANTE.

32.9. Não veicular publicidade acerca deste contrato.





32.10. Prestar os esclarecimentos julgados necessários, bem como informar e manter atualizado(s) o(s) número(s) de telefone, endereço eletrônico (e-mail) e o nome do preposto.

32.11. Prezar pela conduta ética pautada pelos preceitos da confiabilidade, imparcialidade, discrição e fidelidade.

32.12. Atender às solicitações e sugestões da CONTRATANTE referentes à prestação do serviço objeto da contratação, visando sempre a correção das falhas.

32.13. Atender as disposições legais e regulamentares sobre segurança e medicina do trabalho, bem como responsabilizar-se pelo atendimento médico de seus empregados em caso de acidente de trabalho.

32.14. Manter as condições de habilitação e qualificação exigidas durante toda a vigência contratual, informando à CONTRATANTE quando da ocorrência de qualquer alteração.

32.15. Arcar com todos os custos diretos e indiretos, tais como: seguro, tributos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais, acidentários ou comerciais, bem como recursos humanos e materiais, equipamentos, passagens aéreas e terrestres, diárias, alimentação, transporte, fretes, hospedagem e quaisquer outras despesas estranhas ao objeto da contratação.

32.16. Apresentar as notas fiscais referentes aos serviços prestados.

32.17. Executar o objeto de forma completa e de acordo às disposições da legislação e normativas pertinentes.

33. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

33.1. Cumprir com o compromisso financeiro assumido com a CONTRATADA, respeitando as condições pactuadas.

33.2. Efetuar as retenções tributárias sobre o serviço prestado, consoante a legislação vigente.

33.3. Comunicar a CONTRATADA em caso de falhas verificadas durante a execução contratual, determinando as medidas pertinentes a serem adotadas.

33.4. Notificar formal e tempestivamente a CONTRATADA quando da ocorrência de imperfeições e/ou deficiências na execução contratual, fixando o prazo para sua correção.

33.5. Aplicar as sanções administrativas pertinentes em caso de inadimplemento, respeitando-se o contraditório e a ampla defesa, bem como a proporcionalidade e a razoabilidade.

33.6. Passar as informações necessárias à CONTRATADA para a correta prestação do serviço.

34. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO E DO RECEBIMENTO

34.1. A execução do contrato será gerida e fiscalizada, bem como o objeto será recebido, por servidores nomeados nos termos da Portaria nº 27, de 11 de fevereiro de 2022,





Portaria nº 22, de 11 de fevereiro de 2022, Resolução nº 6, de 24 de abril de 2023 e eventuais alterações, ou outras normativas que vierem a substituí-las, expedidas pela Câmara Municipal de Pato Branco.

35. DA ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

35.1. Os recursos destinados ao custeio correrão por conta da(s) seguinte(s) dotação(ões) orçamentária(s):

01.031.00.012.133.000 - manter as atividades legislativas, do presidente, vereadores e assessores
3.3.90.39.00.00.00 - outros serviços de terceiros - pessoa jurídica
3.3.90.39.88.00.00 - serviços de publicidade e propaganda

36. DAS REFERÊNCIAS PARA A ELABORAÇÃO DO PRESENTE TERMO

36.1. Para a elaboração do presente termo foram tomadas como referência contratações de outros órgão públicos, quais sejam: Governo do Estado do Paraná - Secretaria de Turismo (Concorrência 1/2023, Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo - ALESP (Concorrência 1/2019), Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina - ALESP (Concorrência 1/2022), Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Goiás - CAU/GO (Tomada de Preços 1/2022) e Prefeitura Municipal de Pato Branco/PR (Concorrência 6/2022).

36.2. Tais editais serviram como referência para estipulação de percentuais da proposta de preços, para quesitos constantes da proposta técnica, bem como condições gerais da contratação e demais obrigações e responsabilidades da CONTRATADA.





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO III

BRIEFING

Página 59 | 84

 Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná
 (46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547
 <http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





BRIEFING

O objetivo desse briefing é solicitar a elaboração de uma campanha publicitária simulada, que servirá como parte da avaliação da Proposta Técnica da Concorrência da Câmara Municipal de Pato Branco.

BACKGROUND

O município de Pato Branco está localizado no sudoeste do Paraná. Até outubro de 1951, pertencia ao município de Clevelândia, sendo desmembrado pela Lei Estadual nº 790, de 14 de novembro de 1951. A instalação do município ocorreu em 14 de dezembro de 1952.

Segundo dados do IBGE do ano de 2022, a população do município é 91.836, tendo mais de 90% dos habitantes vivendo na zona urbana. O número de eleitores, aptos para votar em 2024, de acordo com o TRE, é de 63.704.

A cidade se destaca na microrregião como um centro de serviços, com ênfase nos setores de saúde e da educação, sendo também reconhecida pela alta produtividade agrícola. Tem no ramo tecnológico um setor em franca expansão, sendo considerada um polo na área.

A Câmara Municipal de Pato Branco é constituída por 11 vereadores, os quais têm um mandato de quatro anos, com a função legisladora e fiscalizadora, reunindo-se em sessões ordinárias, duas vezes por semana e, extraordinariamente, sempre que necessário, com o intuito de discutir assuntos relacionados aos interesses da comunidade.

A CAMPANHA

A partir de 1988, com a promulgação da Constituição Cidadã, ano a ano vem aumentando o reconhecimento da sociedade sobre a importância da participação na gestão pública. A cada ano, novos instrumentos estão sendo adotados e surgem cada vez mais casos de democracia participativa, principalmente no âmbito municipal. Porém, a compreensão da participação popular ainda é distante.

O trabalho realizado pelo Legislativo de Pato Branco é de suma importância para o desenvolvimento do município. Para isso, a Câmara apresenta à sociedade uma série de mecanismos de participação. Os quais não são de total conhecimento da população pois, apesar das ações serem realizadas, são poucas as pessoas que acompanham as transmissões, ao vivo, das Sessões Ordinárias, Extraordinárias e Solenes; das Audiências Públicas; e das reuniões das Comissões internas da Casa - Comissão de Justiça e Redação (CJR), Comissão de Políticas Públicas (CPP) e Comissão de Orçamento e Finanças (COF) - que acontecem pelo Canal do Youtube e Facebook. Também é baixo o número de acessos ao site, com as matérias, e até mesmo, é baixo o número de seguidores nas redes sociais - Instagram e Facebook da Casa.





Por isso a importância da campanha, que deve ser feita visando o maior engajamento da população nos trabalhos legislativos. Com peças que incentivem e promovam o conhecimento dos canais do Legislativo, bem como, a atuação popular nas atividades relativas ao Legislativo, apresentando a importância da Câmara Municipal e da sociedade na tomada de decisões que envolvam o bem-estar e desenvolvimento social.

Briefing

A Câmara de Vereadores é considerada o espaço mais aberto e democrático dos poderes locais, cabendo-lhe proporcionar condições para que a sociedade a ela recorra na busca e defesa de seus direitos. Cabe ao Legislativo ser o principal "instrumento" de constante debate com a sociedade, refletindo os interesses da opinião pública.

Neste contexto, é fundamental que a população conheça os trabalhos realizados pelo Legislativo, quais as funções executadas pelos vereadores, quais os canais de atendimento e, mais do que isso, o cidadão precisa saber o que está sendo debatido, afinal, muitas das decisões impactam na sua rotina e no seu futuro, pois cria e altera legislações. Atualmente, além do **site**: www.patobranco.pr.leg.br, a Câmara ainda oferece as **redes sociais** - Facebook: www.facebook.com/camarapb e Instagram: www.instagram.com/camarapatobranco/ - as **transmissões ao vivo**, pelo facebook (já mencionado) e pelo canal do Youtube - www.youtube.com/@camarapb - e a **ouvidoria** - 0800 000 1304, www.patobranco.pr.leg.br/ouvidoria ou ouvidoria@patobranco.pr.leg.br. Ainda, o cidadão pode buscar **atendimento presencial**, das 12h às 19h, o horário foi estabelecido, justamente, pensando na comodidade do cidadão, principalmente, os que trabalham em horário comercial e precisam do atendimento durante o meio-dia ou após o expediente.

Objetivo

Estimular e ampliar a participação da sociedade no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais através da interação entre o Poder Legislativo e o cidadão, fortalecendo assim a democracia participativa. Para isso, a campanha deve nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo, transparência e apelo popular.

Expectativas da Campanha

A intenção com a campanha fazer com que mais pessoas acessem as redes sociais e site; acompanhem as transmissões (presencialmente e virtualmente) e que busquem a Casa e, conseqüentemente, os vereadores, para apresentar demandas e/ou sugerir soluções. Os munícipes devem, por meio da campanha, conhecer os canais de atendimento e de comunicação da Câmara, com a intenção de aproximar o cidadão do Poder Público, integrando-o nos processos de decisões dos interesses coletivos, oferecendo a voz ativa,





superando o distanciamento entre representantes e representados, fortalecendo a democracia participativa

Devem estar intrínsecos nos materiais a valorização da população, sua conscientização e a importância de sua participação política como forma de promover a cidadania, com vistas a incentivar e ampliar a integração entre os municípios e o Poder Legislativo Municipal, a fim de consagrar o princípio constitucional democrático de que todo o poder emana do povo e por ele será exercido.

Período de Veiculação da Campanha

Durante os meses de agosto e setembro.

Valor a ser aplicado

A campanha simulada deverá ser desenvolvida observando o limite de R\$ 90.000 (noventa mil reais). Todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da agência deverão estar contidos nesta verba.

Peças a serem desenvolvidas

Anúncio para jornal local, página colorida (26cm x 36cm); Outdoor; Folder (15x21); Roteiro para VT, em televisão de abrangência local 30"; Roteiro (SPOT ou Jingle), para rádio 30"; Artes para Facebook e Instagram; Texto de uma lauda justificando a campanha.

Planilhas de Mídia

As agências devem entregar, juntamente, com as peças solicitadas no item anterior, as planilhas de mídia contendo especificações de cada veículo utilizado, com as seguintes informações:

- TV e Rádio: datas de veiculação e relação quantidade/dia;
- Outdoor: pontos a serem utilizados e período de exposição;
- Folder: quantidade, data de circulação e estratégia de distribuição.
- Jornal: datas de veiculação;
- Facebook e Instagram: datas de veiculação e relação quantidade/dia.

Termos de Avaliação

Serão avaliadas as técnicas de comunicação empregadas, planejamento, conteúdo, design, criatividade e adequação a realidade local. A campanha deve ser realizada observando-se os Princípios Constitucionais que norteiam a administração pública, como a da impessoalidade, moralidade, legalidade, publicidade e eficiência.





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE LEGAL

Página 63 | 84



Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná



(46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547



<http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





DECLARAÇÃO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE LEGAL

Comissão Especial de Contratação
Câmara Municipal de Pato Branco
Rua Arariboia, 491 - Centro
85.501-262 - Pato Branco – Estado do Paraná

(Nome da Proponente).....inscrita no CNPJ
sob n.º sediada na
Rua.....nº.....Bairro.....Município.....CEP.....
Estado do por intermédio de seu representante legal,
Sr(a)....., portador(a) da Cédula de Identidade
nºexpedida
em.....pela.....e do CPF nº
abaixo assinado(a), para fins de Licitação, Concorrência nº xx/2024, Tipo: Técnica e
Preço, CREDENCIAMOS o Sr(a)....., portador(a)
da Cédula de Identidade nº....., expedida em.....
pelade do CPF nº.....residente e
domiciliado(a) na
Rua.....nº.....Bairro.....Município.....CEP.....
Estado dona condição de REPRESENTANTE LEGAL
desta licitante, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em nome da empresa e
praticar todos atos inerentes ao certame licitatório.

Por ser a expressão da verdade e para que surta efeitos legais, firmamos a presente.

Local e data.....

Nome e Assinatura do Responsável Legal da empresa
Reconhecer firma da Assinatura





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO V

PROPOSTA DE PREÇO

Página 65 | 84

 Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná
 (46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547
 <http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





PROPOSTA DE PREÇO

**A/C Comissão Especial de Contratação da
Câmara Municipal de Pato Branco - PR
Concorrência Eletrônica nº XX/2024**

A Empresa _____, devidamente inscrita no CNPJ nº _____, com endereço na Rua _____, nº _____, CEP: _____ na cidade de _____ Estado do _____, telefone/celular: (____) _____; **e-mail:** _____, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, vem por meio desta, apresentar Proposta de Preços à Concorrência em epígrafe conforme descrito abaixo:

Item	Descrição	Critério	Percentual
1	Percentual de desconto sobre os valores previstos na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - SINAPRO/PR, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados;	Percentual de desconto	
2	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	Percentual de honorário	
3	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes 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 pertinentes à execução do contrato; e	Percentual de honorário	
4	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução	Percentual de honorário	





CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO

técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965		
---	--	--

VALIDADE DA PROPOSTA: mínimo de 240 (duzentos e quarenta) dias.

Declaramos que estamos cientes das condições apresentadas no termo de referencia.

Local e data.....

Assinatura do representante legal

Razão social

CNPJ:





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO VI

DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE REQUISITOS LEGAIS

Página 68 | 84

 Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná
 (46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547
 <http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE REQUISITOS LEGAIS

A Empresa _____, devidamente inscrita no CNPJ nº _____, com endereço na Rua _____, nº _____, CEP: _____ na cidade de _____ Estado do _____, telefone/celular: (____) _____; e-mail: _____, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, vem por meio desta, DECLARAR que:

I - Manifesta ciência em relação ao inteiro teor do ato convocatório e dos seus anexos, concordo com suas condições, respondendo pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei.

II - Declaro que minha proposta econômica compreenderá a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal de 1988, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data da sua entrega em definitivo.

III - Atendo aos requisitos de habilitação previstos em lei e no instrumento convocatório.

IV - Inexiste impedimento à minha habilitação e comunicarei a superveniência de ocorrência impeditiva ao órgão ou entidade contratante.

V - Cumpro as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

VI - Manifesto ciência em relação a todas as informações e condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação.

VII - Cumpro o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988, que proíbe o trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos.

VIII - Observo os incisos III e IV do art. 1º e cumpro o disposto no inciso III do art. 5º, todos da Constituição Federal de 1988, que veda o tratamento desumano ou degradante.





CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO

IX - Cumpro a reserva de cargos prevista em lei para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas em outras normas específicas, quando cabíveis.

X - Não foi declarada inidônea por nenhum órgão público de qualquer esfera de governo, estando apta a contratar com o poder público.

XI - Compromete-se a manter durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação exigidas na licitação.

Local e data.....

Assinatura do representante legal

Razão social

CNPJ:





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO VII

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Página 71 | 84

 Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná
 (46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547
 <http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Os documentos necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto desta licitação são os seguintes:

1. HABILITAÇÃO JURÍDICA:

- 1.1. Registro comercial, no caso de empresa individual.
- 1.2. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor (e a última alteração contratual), devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores.
- 1.3. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.
- 1.4. Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.
- 1.5. Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio www.portaldoempreendedor.gov.br.

2. HABILITAÇÕES FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:

- 2.1. A inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- 2.2. A inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 2.3. A regularidade perante a Fazenda federal, estadual e municipal do domicílio ou sede do licitante.
- 2.4. A regularidade relativa ao FGTS;
- 2.5. A regularidade perante a Justiça do Trabalho;
- 2.6. A cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme modelo do ANEXO III

3. HABILITAÇÃO RELATIVA À QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

- 3.1. Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão - CENP, nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.





- 3.2. Declaração de que a proponente dispõe de condições operacionais para atender no Município de Pato Branco/PR, caso seja vencedora da Licitação.
- 3.3. Certidão ou atestado de capacidade técnica fornecido por pessoas jurídicas de direito público, que comprove que a empresa executou de forma satisfatória a entrega de serviço do mesmo objeto desta contratação, ou seja, prestação de serviço de publicidade prestado por intermédio de agência de propaganda, com características similares, para entidades ou órgãos públicos da esfera municipal de no mínimo 45 (quarenta e cinco) mil habitantes, o que corresponde a 50% dos habitantes do município da CONTRATANTE, ou para órgãos ou entidades públicas das esferas estadual, distrital ou federal.

4. A HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

- 4.1. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais.

4.1.1. A comprovação de boa situação financeira da licitante será feita por meio de avaliação do balanço patrimonial, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes das fórmulas a seguir, deverão ser maiores que um (>1):

4.1.1.1. Liquidez Geral (LG): $(\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})$.

4.1.1.2. Solvência Geral (SG): $\text{Ativo Total} / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})$.

4.1.1.3. Liquidez Corrente (LC): $\text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante}$.

4.1.1.3.1. Os índices acima serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

4.1.1.3.2. A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos neste termo, deverá incluir, no Invólucro dos documentos de habilitação, comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% do valor global do contrato, ou seja, R\$ 17.721,13 (dezesete mil, setecentos e vinte e um reais e treze centavos).

- 4.2. Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.





CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO

ANEXO VIII

MINUTA DO CONTRATO

Página 74 | 84

 Rua Arariboia, 491, Centro - 85501-262 - Pato Branco - Paraná
 (46) 3272 - 1500 / 3272 - 1547
 <http://www.patobranco.pr.leg.br> / licitacao@patobranco.pr.leg.br





MINUTA DO CONTRATO

[Assunto]
[Categoria]
[Título]

Contrato de [Comentários] que entre si
celebram a **CÂMARA MUNICIPAL DE
PATO BRANCO** e [Empresa].

A **CÂMARA MUNICIPAL DE PATO BRANCO**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ/MF sob nº 76.898.196/0001-45, com sede e foro na Rua Arariboia, 491, Centro, Pato Branco/PR, CEP: 85.501-262, representada neste ato por seu Presidente, Vereador **Eduardo Albani Dala Costa**, inscrita no CPF/MF sob nº xxxxxxxxxxxxxx, portador da Carteira de Identidade nº xxxxxxxxxxxxxx (SSP-PR), residente e domiciliada na Rua xxxxxxxx, Centro, Pato Branco/PR, CEP: xxxxxxxxx, doravante denominada **CONTRATANTE** e, do outro lado, [Empresa], inscrita no CNPJ/MF sob nº [Fax da Empresa], com sede na Rua preencher, neste ato representada por [Gerente], inscrito no CPF/MF sob nº preencher, portador da Carteira de Identidade nº preencher, residente e domiciliado na Rua preencher, doravante denominada **CONTRATADA**, consoante as disposições da Lei Federal nº 14.133/2021, [Categoria], [Título], bem como a proposta de preços da CONTRATADA, celebram o presente contrato, mediante as cláusulas e condições abaixo pactuadas.

1.ª CLÁUSULA - DO OBJETO

1.1. Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, a fim de atender às necessidades da Câmara Municipal de Pato Branco, de acordo às especificações constantes deste termo.

2.ª CLÁUSULA - DAS ESPECIFICAÇÕES, QUANTIDADES ESTIMADAS E VALORES

2.1. As especificações e as estimativas de quantidades e valores são as abaixo relacionadas, de acordo às justificativas constantes do Estudo Técnico Preliminar, parte integrante deste processo de contratação.

Item	Und.	Qnt.	Descrição	Valor total estimado
1	Svç.	1	Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.	R\$ xxxxxx

2.2. O valor total é meramente estimativo, compreendendo o período de 12 (doze) meses, reservando-se à CONTRATANTE o direito de não utilizá-lo em sua totalidade durante a vigência contratual, sendo que a sua não utilização não confere à CONTRATADA quaisquer direitos, seja de que natureza for.





3.ª CLÁUSULA - DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO E DO MODELO DE EXECUÇÃO

3.1. Os serviços de publicidade e propaganda objeto da presente licitação 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 publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

3.2. Incluem-se, ainda, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados pertinentes:

3.2.1.1. 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 da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.2.1.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

3.2.1.3. 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.

3.3. A presente contratação de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, 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, as quais serão CONTRATADAS por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

3.4. Para a presente contratação, o objeto será adjudicado a somente 1 (uma) agência de propaganda, considerando o porte e as demandas da contratação, a qual não impõe a necessidade de mais de uma CONTRATADA concomitantemente.

3.5. Não está incluído no objeto desta licitação a publicidade oficial, assim entendida a publicação de atos oficiais, de natureza administrativa ou legal, tais como leis, atos normativos, atos de pessoal, publicidade de licitações e contratos entre outros.

3.6. Os serviços objeto da presente contratação serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.7. O 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.

3.8. A agência CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores





de bens e serviços especializados para a execução de atividades complementares, de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

3.10. A criação de campanhas será solicitada pela CONTRATANTE mediante a apresentação de resumo das necessidades a serem atendidas.

3.11. Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, a CONTRATADA deverá adotar as seguintes diretrizes:

3.11.1.1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

3.11.1.2. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

3.11.1.3. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total, o prazo de entrega e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

3.11.1.4. A cotação deverá ser apresentar a identificação do fornecedor, constando CNPJ e responsável; e

3.11.1.5. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes.

3.12. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores e prestadores de serviços, independentemente de valor, para fins de averiguação de valores.

3.13. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados junto a empresas em que dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

3.14. Para a distribuição da publicidade aos veículos, a CONTRATADA deverá submeter à aprovação da CONTRATANTE o plano de mídia de cada campanha ou ação, discriminando detalhadamente os veículos, praças, inserções, valores unitários e totais, além de outras informações pertinentes, juntamente com a defesa técnica que justifique a distribuição de mídia adotada.

3.15. A CONTRATADA apenas reservará ou comprará espaço publicitário de veículo se tiver sido prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

3.15.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente, não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação nos planejamentos de mídia que apresentará para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência do contrato.

3.16. Caso julgue necessário, a CONTRATANTE solicitará à CONTRATADA tabela de preços oficial dos veículos de comunicação.

3.17. O prazo de entrega dos serviços poderá ser prorrogado, mediante requerimento da CONTRATADA, justificando os motivos de atraso, devidamente comprovados e com indicação do número de dias da prorrogação pleiteada, cabendo à CONTRATANTE aceitar ou não o pedido de prorrogação.





3.18. A CONTRATADA deverá utilizar profissionais de comprovada capacidade técnica para atendimento da execução dos serviços do objeto.

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

3.20. A CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

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

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

3.23. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer ao CONTRATADO bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.23.1.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto neste item exigirá sempre a apresentação pelo CONTRATADO à CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

3.23.1.2. No caso do subitem anterior, o CONTRATADO procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

3.23.1.3. O fornecimento de bens ou serviços cujo de valor seja igual ou inferior ao previsto na § 3º do art.14 da Lei Federal nº 12.232/2010, está dispensado do procedimento previsto no no subitem anterior.

4.ª CLÁUSULA - DOS DIREITOS AUTORAIS

4.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos autorais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência desta contratação, sem nenhum custo adicional.

4.2. A CONTRATANTE considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais de fornecedoras da CONTRATADA, ou uso de imagem de artistas e modelos, seja por tempo limitado ou definitivo.





5.ª CLÁUSULA - DO PAGAMENTO

5.1. O pagamento será efetuado após a efetiva execução do objeto, por meio de depósito em conta bancária da CONTRATADA ou pagamento de boleto de cobrança emitido pela CONTRATADA.

5.2. O pagamento será realizado em até 10 (dez) dias contados do recebimento definitivo da fatura.

5.3. Havendo erro na apresentação da fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que a CONTRATADA providencie as medidas saneadoras, hipótese em que o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a CONTRATANTE.

5.4. A CONTRATADA deverá fazer as retenções tributárias em conformidade com a legislação e normas vigentes, especialmente a retenção do imposto de renda, nos termos do Decreto Municipal nº 9.152, de 27 de abril de 2023, ou outra normativa que o venha a substituir.

5.5. A CONTRATADA deverá apresentar juntamente com a nota fiscal um relatório das campanhas publicitárias, incluindo:

5.6. Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) do(s) veículo(s) contratado(s);

5.7. Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) de serviços realizados por terceiro(s), relativos à produção dos materiais publicitários; e

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

5.9. A nota fiscal deverá conter o valor total dos serviços realizados, incluído o valor das despesas de veículos contratados e os serviços realizados por terceiros.

6.ª CLÁUSULA - DA VIGÊNCIA

6.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, iniciando-se na data de sua publicação ou data distinta prevista no contrato.

6.2. contrato poderá ser prorrogado, havendo interesse entre as partes e a critério da CONTRATANTE, consoante o art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.ª CLÁUSULA - DO REAJUSTE, DA REVISÃO E DAS ALTERAÇÕES

7.1. O reajuste do contrato se dará após decorridos 12 (doze) meses, tendo como data-base a data do orçamento estimado, de acordo à variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, do IBGE, acumulado no período de 12 (doze) meses, ou outro índice que vier a substituí-lo.

7.2. O reajuste dos valores será aplicado sobre o valor estimado da contratação, a fim de corrigir a inflação do período, visto que os valores dos serviços são baseados em tabela vigente do SINAPRO, a qual é atualizada conforme regras do próprio Sindicato.

7.3. O contrato poderá ser alterado consoante o art. 124 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante termo aditivo.

8.ª CLÁUSULA - DA ALTERAÇÃO SUBJETIVA





8.1. É admissível a continuidade do Contrato quando houver fusão, cisão ou incorporação do CONTRATADO com outra pessoa jurídica, desde que:

8.1.1. Sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original;

8.1.2. Sejam mantidas as demais cláusulas e condições do Contrato; e

8.1.3. Não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja anuência expressa da Administração à continuidade do Contrato.

8.2. A alteração subjetiva deverá ser formalizada por Termo Aditivo ao Contrato.

9.ª CLÁUSULA - DAS SANÇÕES

9.1. Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, garantida a ampla defesa e o contraditório, a CONTRATADA estará sujeita, nos termos dos arts. 155 e 156 da Lei Federal nº 14.133/2021, à aplicação das seguintes sanções administrativas.

9.1.1. Advertência.

9.1.2. Multa.

9.1.3. Impedimento de licitar ou contratar.

9.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

9.2. Poderão ser aplicadas multas de caráter moratório e compensatório, a serem aplicadas de acordo aos percentuais indicados na sequência.

9.2.1. De caráter moratório.

9.2.1.1. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplida, quando o atraso não for superior 30 (trinta).

9.2.1.2. 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso que exceder o item anterior, até o limite de 15 (quinze) dias, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o trigésimo primeiro dia de atraso, sobre o valor correspondente à parte inadimplida, em caráter excepcional, e a critério da CONTRATANTE.

9.2.2. De caráter compensatório.

9.2.2.1. 15% (quinze por cento) em caso de inexecução parcial do objeto pela CONTRATADA, ou nos casos de rescisão do contrato, calculada sobre a parte inadimplida.

9.2.2.2. 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato, pela sua inexecução total ou pela recusa injustificada do licitante adjudicatário em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela CONTRATANTE.

9.3. O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do primeiro dia útil seguinte ao do vencimento do prazo de entrega ou execução do contrato.

9.4. No caso de atraso por mais de 30 (trinta) dias, ou de o somatório das multas aplicadas por atraso ou inadimplemento ultrapassarem o percentual de 20% (vinte por cento) do valor total do contrato, fica facultado à CONTRATANTE reconhecer a ocorrência das hipóteses de rescisão contratual.

9.5. A fixação de multas compensatórias ou moratórias não obsta o ajuizamento de demanda buscando indenização suplementar em favor da CONTRATANTE, sendo o dano superior ao percentual referido.





9.6. Não serão aplicadas as multas decorrentes de descumprimento das obrigações contratuais resultante da existência de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados.

9.7. Quaisquer multas aplicadas deverão ser recolhidas aos cofres públicos da Municipalidade em até 5 (cinco) dias úteis, contados de sua publicação no Órgão Oficial da CONTRATANTE, podendo, ainda, ser descontadas de qualquer fatura ou crédito existente, a critério da CONTRATANTE.

9.8. A aplicação das penalidades é de competência exclusiva do Presidente da Câmara Municipal de Pato Branco.

9.9. Na aplicação destas penalidades serão admitidos os recursos e a sistemática procedimentais previstos em Lei e regulamentação pertinente, bem como serão aplicadas em procedimento administrativo autônomo, garantindo-se o contraditório à CONTRATADA.

9.10. Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pela CONTRATADA à CONTRATANTE, este será encaminhado para inscrição em dívida ativa.

10.ª CLÁUSULA - DA EXTINÇÃO

10.1. Na ocorrência de quaisquer das hipóteses previstas no art. 137 da Lei Federal nº 14.133/2021, a CONTRATANTE poderá, garantidos o contraditório e a ampla defesa, rescindir unilateral ou amigavelmente o contrato, na forma do art. 138, bem como aplicar à CONTRATADA as sanções previstas no art. 156, ambos do mesmo diploma legal.

10.2. No caso de extinção contratual poderá ser aplicada multa de acordo ao disposto nas sanções.

11.ª DA SUBCONTRATAÇÃO

11.1. Não será permitida a subcontratação total ou parcial do objeto desta contratação.

12.ª CLÁUSULA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

12.1. Indicar 1 (um) ou mais prepostos a fim de representar a CONTRATADA em toda e qualquer comunicação junto à CONTRATANTE.

12.2. Substituir, sempre que exigido pela CONTRATANTE e independentemente de justificativa, qualquer empregado cuja atuação ou comportamento sejam considerados prejudiciais, inconvenientes ou insatisfatórios, ou que se apresente para a prestação do serviço fora dos padrões exigidos, ou, ainda, que seja considerado tecnicamente inapto.

12.3. Manter sigilo, sob pena de responsabilidade, sobre todo e qualquer assunto de interesse da CONTRATANTE ou de terceiros de que tomar ciência em razão da execução do objeto, devendo orientar seus intérpretes nesse sentido.

12.4. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pela gestão e fiscalização contratual, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.

12.5. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes da execução do contrato.

12.6. Não subcontratar total ou parcialmente o objeto deste contrato.





12.7. Comunicar, por escrito, eventual atraso ou paralisação dos serviços, apresentando razões justificadoras que serão objeto de apreciação pela CONTRATANTE.

12.8. Não reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio, ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado conhecimento em razão da execução dos serviços objeto deste contrato sem o consentimento, por escrito, da CONTRATANTE.

12.9. Não veicular publicidade acerca deste contrato.

12.10. Prestar os esclarecimentos julgados necessários, bem como informar e manter atualizado(s) o(s) número(s) de telefone, endereço eletrônico (e-mail) e o nome do preposto.

12.11. Prezar pela conduta ética pautada pelos preceitos da confiabilidade, imparcialidade, discrição e fidelidade.

12.12. Atender às solicitações e sugestões da CONTRATANTE referentes à prestação do serviço objeto da contratação, visando sempre a correção das falhas.

12.13. Atender as disposições legais e regulamentares sobre segurança e medicina do trabalho, bem como responsabilizar-se pelo atendimento médico de seus empregados em caso de acidente de trabalho.

12.14. Manter as condições de habilitação e qualificação exigidas durante toda a vigência contratual, informando à CONTRATANTE quando da ocorrência de qualquer alteração.

12.15. Arcar com todos os custos diretos e indiretos, tais como: seguro, tributos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais, acidentários ou comerciais, bem como recursos humanos e materiais, equipamentos, passagens aéreas e terrestres, diárias, alimentação, transporte, fretes, hospedagem e quaisquer outras despesas estranhas ao objeto da contratação.

12.16. Apresentar as notas fiscais referentes aos serviços prestados.

12.17. Executar o objeto de forma completa e de acordo às disposições da legislação e normativas pertinentes.

13. CLÁUSULA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

13.1. Cumprir com o compromisso financeiro assumido com a CONTRATADA, respeitando as condições pactuadas.

13.2. Efetuar as retenções tributárias sobre o serviço prestado, consoante a legislação vigente.

13.3. Comunicar a CONTRATADA em caso de falhas verificadas durante a execução contratual, determinando as medidas pertinentes a serem adotadas.

13.4. Notificar formal e tempestivamente a CONTRATADA quando da ocorrência de imperfeições e/ou deficiências na execução contratual, fixando o prazo para sua correção.

13.5. Aplicar as sanções administrativas pertinentes em caso de inadimplemento, respeitando-se o contraditório e a ampla defesa, bem como a proporcionalidade e a razoabilidade.

13.6. Passar as informações necessárias à CONTRATADA para a correta prestação do serviço.

14.ª CLÁUSULA - DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO E RECEBIMENTO DO OBJETO





14.1. A execução do contrato será gerida e fiscalizada, bem como o objeto será recebido, por servidores nomeados nos termos da Portaria nº 27, de 11 de fevereiro de 2022, Portaria nº 22, de 11 de fevereiro de 2022, Resolução nº 6, de 24 de abril de 2023 e eventuais alterações, ou outras normativas que vierem a substituí-las, expedidas pela Câmara Municipal de Pato Branco.

15.ª CLÁUSULA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

15.1. Os recursos destinados ao custeio correrão por conta da(s) seguinte(s) dotação(ões) orçamentária(s):

01.031.00.012.133.000 - manter as atividades legislativas, do presidente, vereadores e assessores
3.3.90.39.00.00.00 - outros serviços de terceiros - pessoa jurídica
3.3.90.39.88.00.00 - serviços de publicidade e propaganda

16.ª CLÁUSULA - DA ANTICORRUPÇÃO

16.1. partes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção previstas na legislação brasileira, dentre elas, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei Federal n.º 8.429/1992), a Lei Federal n.º 12.846/2013 e seus regulamentos, se comprometem que para a execução deste contrato nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar, a quem quer que seja, aceitar ou se comprometer a aceitar, de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios indevidos de qualquer espécie, de modo fraudulento que constituam prática ilegal ou de corrupção, bem como de manipular ou fraudar o equilíbrio econômico financeiro do presente contrato, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, devendo garantir, ainda que seus prepostos, administradores e colaboradores ajam da mesma forma.

17.ª CLÁUSULA - DA PUBLICAÇÃO

17.1. 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. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e 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.

18.ª CLÁUSULA - DOS CASOS OMISSOS

18.1. Os casos omissos neste contrato serão resolvidos conforme os preceitos de direito público, especialmente os dispostos na Lei Federal nº 14.133/2021, aplicando-se, supletivamente, os princípios da teoria geral dos contratos e das disposições de direito privado.

19.ª CLÁUSULA - DO FUNDAMENTO LEGAL

19.1. Este contrato é originário do(a) [Categoria] , **homologado/ratificada** em **preencher**, conforme justificativas constantes do [Título].





20.ª CLÁUSULA - DO FORO

20.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Pato Branco, Estado do Paraná, para dirimir questões relativas ao presente contrato, com a expressa e formal renúncia de outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

Assim, por estarem certos e ajustados, obrigando-se a bem e fielmente cumprir todas as disposições do contrato, firmam-no.

Pato Branco, [Status].

CONTRATANTE
Eduardo Albani Dala Costa
Presidente

CONTRATADA
[Gerente]
Representante legal





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 634A-C9F0-FFDC-21AA

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

- ✓ EDUARDO ALBANI DALA COSTA (CPF 077.XXX.XXX-93) em 29/10/2024 15:28:32 (GMT-03:00)
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://cmpatobranco.1doc.com.br/verificacao/634A-C9F0-FFDC-21AA>