

EDITAL DA LICITAÇÃO Nº 089/2025

CONCORRÊNCIA Nº 006/2025

Prezado fornecedor, o Município de Pirai do Sul agradece o seu interesse em participar deste certame e espera a sua melhor proposta para que você possa ser nosso fornecedor.

Visando poupar o seu tempo e facilitar a apresentação da sua proposta neste certame, os documentos que você precisa ler para participar nesta disputa foram elaborados evitando, ao máximo, repetir informações. É fundamental que você leia, além do edital, TODOS os anexos, pois há regras importantes para a contratação, a serem observadas durante a execução do contrato, que não estarão indicadas no edital:

- a. Anexo I – Especificações do objeto;
- b. Anexo II – Modelo de proposta;
- c. Anexo III – Apresentação das Propostas;
- d. Anexo IV – Briefing da Campanha; e
- e. Anexo V – Minuta do Contrato.

Este edital traz as regras específicas para a sua participação e para a condução do certame. Todas as decisões serão tomadas com base no que o edital estabelece. Qualquer dúvida ou discordância deverá ser manifestada antes do início do certame, através do e-mail: contratacao@piraidosul.pr.gov.br.

A minuta do contrato traz as cláusulas que serão redigidas no instrumento que formalizará o nosso negócio, se ele vier a acontecer. Nelas estão as obrigações das partes, as consequências para o seu descumprimento e as condições que regem a sua execução.

As informações gerais, que se repetem nas licitações, estão em um Caderno de Normas Licitatórias e podem ser acessadas clicando nos links que estão no edital identificados com o sublinhado. Consideram-se partes integrantes deste edital os seus anexos e as normas do Caderno de Normas Licitatórias referidas neste edital.

Os fornecedores que não estão acostumados com as licitações aqui do Município de Pirai do Sul devem ler com atenção todas as informações gerais que estão nos links para entender os detalhes da licitação.

Existem, ainda, dois outros documentos que poderão lhe interessar e estão acessíveis no processo nº 1.122/2025, disponível [aqui](#) onde serão divulgados todos os documentos e informações referentes a esta licitação:

- o estudo técnico preliminar - ETP, que indica o caminho percorrido pelo Município até chegar na solução ora licitada como sendo a que melhor lhe atende; e
- o termo de referência - TR, que possui a construção de todos os elementos do presente edital.

Esses documentos não são de leitura obrigatória e contêm informações que já estarão aqui. Além disso, se houver qualquer divergência, prevalecerá a regra deste edital e anexos.

EDITAL DA LICITAÇÃO Nº 089/2025

CONCORRÊNCIA Nº 006/2025

MUNICÍPIO DE PIRAI DO SUL

Processo nº 1.122/2025

1. INFORMAÇÕES GERAIS

1.1. Objeto do certame: A prestação dos serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente para atender às necessidades de comunicação do Município de Pirai do Sul.

1.2. Data do certame e horário de início da sessão: 9 de fevereiro de 2026, às 09:00 horas.

1.3. Prazo para solicitar [esclarecimento e impugnar](#) o edital: Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021, e solicitar esclarecimento, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame, no endereço eletrônico: contratacao@piraidosul.pr.gov.br.

1.4. Valor máximo da contratação: R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

1.4.1. Trata-se de valor máximo estimado, sob regime de execução por demanda.

1.4.2. A CONTRATANTE pagará apenas pelos serviços efetivamente solicitados e executados, não havendo obrigação de contratação do montante total.

1.4.3. O valor anual de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), mencionado nos estudos que fundamentam esta contratação, representa uma mera projeção da média de gastos. O valor efetivamente executado em cada exercício financeiro poderá sofrer variações, para mais ou para menos, conforme a demanda da Administração, estando limitado ao valor máximo global da contratação.

1.5. Rito da seleção: Concorrência.

1.6. Forma da seleção: presencial.

1.7. Local do certame: Sala de Reuniões do Paço Municipal de Pirai do Sul, localizado na Praça Alípio Domingues, nº 34, Centro, com participação facultada por videoconferência, cujo link será divulgado oportunamente.

1.8. Critério de julgamento: [Melhor técnica](#)

1.9. Modo de disputa: [Fechado](#)

1.10. Ordem das etapas: [Rito procedimental comum](#)

1.11. Este certame será sob o Sistema de Registro de Preços? Não.

1.12. [Benefícios de Micro e Pequenas Empresas - MPE](#): Desempate ficto, prazo para regularidade fiscal e direito de preferência.

1.12.1. Para se beneficiar da condição de MPE, o licitante deve se declarar como tal.

2. PODERÃO PARTICIPAR DO CERTAME

2.1. Quem for do ramo de atividade compatível com o objeto licitado;

2.2. Quem não estiver sancionado com suspensão do direito de licitar e contratar pelo Município de Pirai do Sul ou com declaração de inidoneidade para licitar ou contratar por qualquer órgão ou entidade da Administração Pública;

2.3. Quem não tiver vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com autoridade municipal ou com agente público municipal que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato;

2.4. Quem não tiver cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, autoridade municipal ou com agente público municipal que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato;

2.5. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, desde que não estejam concorrendo entre si; e

2.6. Quem, nos cinco anos anteriores à divulgação deste edital, não tiver sido condenado judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

2.7. Empresas reunidas em [consórcios](#) poderão participar desta licitação: Não.

2.8. Clique neste link: [análise das condições de participação](#), para saber, em detalhes as regras da análise das condições de participação.

3. DECLARAÇÕES

3.1. Ao participar deste certame, o fornecedor concorda, tacitamente, com as declarações arroladas neste item, sendo desnecessária a apresentação dessas declarações por escrito.

3.1.1. Estou ciente, concordo e atendo a todas as condições do Edital e seus anexos;

3.1.2. Dou consentimento à disponibilização dos dados da empresa e dados pessoais dos sócios, necessários à realização do processo licitatório e formalização do instrumento contratual, nos termos do art. 7º, inciso I, da Lei nº 13.709/2018.

3.1.3. Não há nada que impeça, juridicamente, a minha habilitação neste momento. Se algum fato impeditivo acontecer depois, estarei obrigado a informar ao Município de Pirai do Sul;

3.1.4. Não emprego menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprego menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz;

3.1.5. A proposta foi elaborada de forma independente e nenhuma empresa potencialmente participante da licitação conhece meu preço;

3.1.6. A proposta compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;

3.1.7. Não há, na minha cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado;

3.1.8. Minha empresa cumpre as exigências de reserva de cargos prevista em lei e normas específicas para pessoa com deficiência, reabilitado da Previdência Social e aprendiz; e

3.1.9. Tenho ciência de que a declaração falsa acarretará aplicação de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com toda a Administração Pública do País, além das demais sanções legais cabíveis.

4. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

4.1. Para se credenciar e praticar todos os atos inerentes ao certame, o representante da licitante deverá apresentar à Comissão de Contratação, no início da sessão pública e fora dos invólucros, um documento de identidade oficial com foto e um dos seguintes documentos que comprovem seus poderes:

4.1.1. Se sócio, administrador ou diretor: Cópia do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, no qual estejam expressos seus poderes para exercer a representação legal da empresa.

4.1.2. Se procurador: Instrumento de procuração, público ou particular, que lhe outorgue poderes específicos para manifestar-se em nome da licitante no âmbito desta licitação. A procuração deverá ser acompanhada de cópia do ato constitutivo da empresa que comprove os poderes do outorgante para constituir mandatários.

4.2. A ausência do credenciamento não impedirá a presença do interessado na sessão, mas o impedirá de praticar atos em nome da licitante, como assinar atas, rubricar documentos, interpor recursos ou renunciar a eles.

5. PROPOSTA

5.1. A proposta deverá ser preenchida conforme modelo do Anexo II deste Edital.

5.2. As propostas técnica e de preço deverão ser apresentadas na forma e nos invólucros descritos neste Edital e em seus anexos, que detalham o conteúdo e a forma de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.3. O critério de inovação será avaliado no julgamento da Proposta Técnica, conforme os quesitos de pontuação definidos neste Edital. A contratada também deverá observar as obrigações de desenvolvimento sustentável que constarão no contrato.

6. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

6.1.1. A análise e o julgamento das Propostas Técnicas serão realizados por uma Subcomissão Técnica, cuja constituição seguiu rigorosamente os procedimentos de publicidade, sorteio e qualificação exigidos pelo art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

6.1.2. A formação do corpo julgador foi concluída no âmbito do Chamamento Público nº 3/2025, que detalha a relação de profissionais e a ata da sessão pública de sorteio.

6.1.3. A Subcomissão Técnica, responsável pelo julgamento, possui a seguinte composição final:

- a) Andressa Carla Fankin Leme Lima
- b) Danilo Kyoshi Kamitakahra
- c) Kleber Erivelton Fernandes

7. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.1. Para a habilitação no presente certame, a licitante deverá apresentar todos os documentos listados a seguir, sendo de sua exclusiva responsabilidade a comprovação de sua regularidade. A Comissão de Contratação poderá, a seu critério, realizar consultas a sistemas oficiais para verificar a autenticidade dos documentos apresentados, sem que isso exima a licitante de seu dever de apresentação:

7.2. Regularidade Jurídica, Fiscal e Trabalhista:

7.2.1. ato constitutivo, estatuto ou contrato social;

7.2.2. inscrição no CNPJ;

7.2.3. regularidade perante a fazenda federal e a seguridade social;

7.2.4. regularidade perante a fazenda estadual ou distrital da sede do licitante;

7.2.5. regularidade perante a fazenda municipal da sede do licitante;

7.2.6. regularidade junto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS; e

7.2.7. regularidade trabalhista (<http://www.tst.jus.br/certidao>).

7.3. Qualificação Técnica:

7.3.1. Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, emitido pelo CENP ou entidade equivalente;

7.3.2. Capacidade Técnico-Operacional:

7.3.2.1. Apresentação de um ou mais atestados de capacidade técnica, emitidos em nome da empresa licitante, que comprovem a prestação de serviços de publicidade e propaganda.

7.3.2.2. Será admitido o somatório de atestados para a comprovação do período mínimo de 12 (doze) meses de execução de serviços. O conjunto de atestados deverá, ainda, comprovar a experiência em, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) das categorias de serviços definidas no Anexo I (Especificações do Objeto).

7.3.2.3. Serão aceitas como provas hábeis, em substituição ao atestado: cópia de contrato com comprovação de execução; atestados de empresas coligadas/controladas; ou certidões de execução como consorciada.

7.3.3. Capacidade Técnico-Profissional:

7.3.3.1. Indicação de 1 (um) profissional de nível superior (Comunicação, Publicidade, Marketing ou similar) com experiência comprovada em coordenação ou gerenciamento de contratos de publicidade.

7.3.3.2. A comprovação do vínculo e disponibilidade do profissional poderá ser feita por vínculo empregatício (CTPS), contrato de prestação de serviços ou declaração de contratação futura com anuência do profissional.

7.4. Qualificação Econômico-Financeira:

7.4.1. Apresentação do balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, devidamente registrados.

7.4.2. O licitante deverá apresentar declaração, assinada por profissional habilitado da área contábil, que ateste o atendimento pelo licitante dos seguintes índices contábeis:

a) Liquidez Geral (LG)

b) Solvência Geral (SG); e

c) Liquidez Corrente (LC) superiores a 1 (um).

7.4.3. Para fins de cálculo e verificação, serão utilizadas as seguintes fórmulas:

Liquidez Geral (LG) = (Ativo Circulante + Ativo Realizável a Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante)

Solvência Geral (SG) = Ativo Total / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante)

Liquidez Corrente (LC) = Ativo Circulante / Passivo Circulante

7.4.4. Alternativamente, a licitante que não atingir os índices acima poderá ser habilitada se comprovar possuir Patrimônio Líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor global estimado da contratação.

8. EM QUE SITUAÇÕES VOCÊ, ENQUANTO PROPONENTE, PODERÁ SER SANCIONADO

8.1. As infrações praticadas pelo licitante serão sancionáveis de acordo com sua gravidade, respeitado o contraditório e a ampla defesa, seguindo o rito processual explicado no link [processo sancionatório](#).

INFRAÇÃO COMETIDA	PENALIDADE	PRAZO
Deixar de entregar a documentação exigida para o certame, mesmo após a possibilidade de saneamento	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Pirai do Sul	6 meses
Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Pirai do Sul	6 meses
Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Pirai do Sul	6 meses
Apresentar recursos manifestamente protelatórios	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Pirai do Sul	6 meses

Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a seleção do fornecedor	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Fraudar a seleção do fornecedor	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da seleção do fornecedor	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses

9. INFORMAÇÕES GERAIS

9.1. [Definições](#)

9.2. [Condições de julgamento de propostas e habilitação](#)

9.3. [Critérios de desempate](#)

9.4. [Negociação](#)

9.5. [Recursos e contrarrazões](#)

9.6. [Adjudicação e homologação](#)

9.7. [Disposições gerais](#)

9.8. Nossos canais de atendimento, inclusive para resolver problemas relacionados à videoconferência: contratacao@piraidosul.pr.gov.br / (42) 3179-0120, das 8h30 às 11h30 e das 13h às 17h).

9.9. Onde estamos: Paço Municipal Ramis Gabriel Cury, Praça Alípio Domingues nº34, Centro, Pirai do Sul - PR, CEP 84.240-000.

9.10. Quem são os responsáveis pelo certame: Alaor Ferreira Mainardes Junior, Lucas Martins Milléo e Susane Margaret dos Santos.

9.11. Normas de regência: Lei nº 14.133/2021, Decreto Municipal nº 2.276/2023 e, de forma específica, a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 4.680/1965.

9.12. Pirai do Sul - PR, 3 de dezembro de 2025.

Henrique de Oliveira Carneiro
Prefeito Municipal

EDITAL DA LICITAÇÃO Nº 089/2025

CONCORRÊNCIA Nº 006/2025

ANEXO I

ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO

1. DEFINIÇÃO DO OBJETO

1.1. A prestação dos serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

2. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO E REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

2.1. Planejamento e Estratégia de Comunicação:

2.1.1. Realização de estudos e levantamentos para avaliar a percepção da imagem do Município.

2.1.2. Elaboração de Planos de Comunicação para campanhas, definindo objetivos, mensagens-chave, públicos-alvo e ações.

2.1.3. Identificação e qualificação de públicos de interesse e formadores de opinião.

2.1.4. Proposição do conceito e do partido temático para cada campanha de comunicação.

2.2. Criação e Execução Publicitária:

2.2.1. Desenvolvimento do conceito criativo para as campanhas.

2.2.2. Elaboração de todos os textos, incluindo slogans, roteiros e conteúdos.

2.2.3. Criação da identidade visual e leiaute das peças para mídias impressa, eletrônica, exterior e digital, incluindo a intermediação e supervisão da produção e instalação de materiais físicos como totens, placas de inauguração, fachadas,

adesivagem de veículos e outros elementos de comunicação visual, conforme a necessidade da CONTRATANTE.

2.2.4. Intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados (produtoras, fotógrafos, gráficas, etc.) para a finalização das peças.

2.3. Mídia (Intermediação e Supervisão de Veiculação):

2.3.1. Elaboração da estratégia e do plano tático de mídia para cada campanha.

2.3.2. Atuação como intermediária na negociação e compra de espaços e tempos publicitários.

2.3.3. Repasse integral à CONTRATANTE de todas as vantagens obtidas nas negociações (descontos, bonificações, etc.).

2.3.4. Acompanhamento da correta veiculação das peças e apresentação dos comprovantes.

2.4. Comunicação Digital e Mídias Sociais:

2.4.1. Desenvolvimento da estratégia de comunicação para os canais digitais do Município.

2.4.2. Criação, agendamento e publicação de conteúdo nos perfis oficiais.

2.4.3. Acompanhamento das interações nos canais digitais, respondendo a dúvidas e direcionando demandas.

2.4.4. Mensuração e análise dos resultados das ações digitais, com elaboração de relatórios periódicos.

2.5. Prazo para início da execução do objeto: até 20 (vinte) dias corridos após a assinatura do contrato.

2.6. Prazo de execução do objeto: 36 (trinta e seis) meses.

2.7. Prazo de vigência do contrato: 36 (trinta e seis) meses, contados da data de assinatura.

2.8. Local de entrega ou execução: Os serviços de planejamento, criação e produção serão executados na sede da CONTRATADA.

2.8.1. O atendimento, as reuniões de alinhamento e as apresentações ocorrerão, conforme a necessidade, nas dependências da Secretaria de Administração, localizada na Praça Alípio Domingues, nº 34, Pirai do Sul - PR, ou por meio de reuniões virtuais.

2.8.2. A prestação dos serviços deverá atender a todas as Secretarias e órgãos da Municipalidade, sob a coordenação da Secretaria de Administração.

2.9. A CONTRATADA deverá cumprir as seguintes exigências mesmo após a conclusão de cada serviço ou o término do contrato:

2.9.1. A CONTRATADA cederá ao Município de Pirai do Sul, de forma total e definitiva, todos os direitos patrimoniais de uso sobre as ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade criados em decorrência do contrato, garantindo que o Município poderá utilizá-los e modificá-los livremente no futuro, sem qualquer ônus adicional.

2.9.2. A CONTRATADA deverá manter, por um período mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, um acervo comprobatório completo de todos os serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, incluindo informações sobre a cessão de direitos de terceiros eventualmente envolvidos.

3. CRITÉRIOS DA PROPOSTA TÉCNICA

3.1. A pontuação máxima da Proposta Técnica será de 100 (cem) pontos. Será desclassificada a proposta que não atingir a pontuação mínima de 70 (setenta) pontos no somatório total, ou que obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

3.2. Tabela de Pontuação:

QUESITO	SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico	5 pontos
	Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos
	Ideia Criativa	25 pontos
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
Capacidade de Atendimento	—	15 pontos
Repertório		10 pontos

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5 pontos
PONTUAÇÃO TÉCNICA TOTAL		100 PONTOS

3.3. Da Apuração das Notas

3.3.1. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se uma casa decimal.

3.3.2. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor nota for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações.

3.3.3. Persistindo a diferença após a reavaliação, os membros da Subcomissão Técnica autores das notas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída, que será assinada por todos e passará a compor o processo desta licitação.

3.4. Detalhamento dos Critérios de Julgamento

Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico	A acuidade na análise das características e necessidades de comunicação do Município.
		A pertinência do diagnóstico apresentado sobre o desafio de comunicação.
		A assertividade na compreensão dos objetivos de comunicação estabelecidos no <i>Briefing</i> .
	Estratégia de Comunicação Publicitária	A adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza da Administração Pública e ao desafio de comunicação
		A consistência lógica e a pertinência da argumentação que defende a estratégia proposta
		A capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município, o público-alvo, os objetivos e a verba disponível
	Ideia Criativa	O alinhamento da solução criativa com a estratégia de comunicação proposta
		A originalidade, a simplicidade e a pertinência das peças publicitárias exemplificadas

		A adequação da linguagem e do formato das peças aos públicos-alvo e aos meios de divulgação propostos
		A exequibilidade das peças, considerando a verba referencial para investimento
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	A adequação da estratégia de mídia com os objetivos da campanha e o perfil do público-alvo.
		A consistência técnica do plano de distribuição das peças.
		A economicidade e a otimização na aplicação da verba referencial, demonstradas na simulação de cobertura e frequência.
	Capacidade de Atendimento	A experiência da agência, evidenciada pelo porte e pelo período de atendimento de seus principais clientes.
		A adequação da qualificação e da quantidade de profissionais que serão disponibilizados para a execução do contrato.
		A adequação da infraestrutura, instalações e recursos materiais da agência.
Repertório	A qualidade da ideia criativa, da execução e do acabamento dos trabalhos já realizados pela agência.	
	A clareza e a pertinência das peças apresentadas em seu portfólio	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	A evidência de planejamento estratégico e a consistência na relação entre o problema apresentado e a solução implementada nos casos relatados	
	A relevância dos resultados alcançados para os clientes nos casos apresentados	

3.5. Dos Critérios de Desempate

3.5.1. Em caso de empate entre duas ou mais propostas na pontuação técnica final, a classificação será decidida mediante a aplicação sucessiva dos seguintes critérios:

3.5.1.1. Conforme Art. 6º, VIII, da Lei nº 12.232/2010, será verificada a maior pontuação obtida, sucessivamente, nos quesitos:

a) Plano de Comunicação Publicitária (somatório dos subquesitos);

b) Capacidade de Atendimento;

c) Repertório;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

3.5.2. Persistindo o empate, serão aplicados os critérios de preferência para Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, nos termos do Art. 4º da Lei nº 14.133/2021 e da Lei Complementar nº 123/2006.

3.5.3. Persistindo o empate, serão aplicados os critérios estabelecidos no Art. 60, incisos II, III e IV, da Lei nº 14.133/2021.

3.5.4. Esgotados os critérios anteriores sem desempate, será realizado sorteio em sessão pública, nos termos do Art. 60 da Lei nº 14.133/2021.

4. CONDIÇÕES PARA ASSINATURA DO CONTRATO

4.1. Será exigida a prestação de garantia financeira do contrato no percentual de 5% (cinco por cento) do valor do contrato.

4.1.1. A garantia deverá ser prestada em qualquer das modalidades relacionadas no § 1º do art. 96 da Lei nº 14.133/2021, no prazo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato.

4.2. Antes do início da execução dos serviços, a CONTRATADA deverá apresentar formalmente à Secretaria de Administração, em até 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do contrato:

4.2.1. Documento indicando o nome completo, cargo, CPF, e-mail e telefone de contato do preposto que representará a agência na execução do contrato, nos termos do art. 118 da Lei nº 14.133/2021.

4.2.2. Relação dos profissionais-chave que atuarão diretamente na execução do contrato, conforme a estrutura apresentada na Proposta Técnica, com seus respectivos nomes, cargos e contatos.

4.3. A assinatura do contrato fica condicionada à indicação da dotação orçamentária específica e à emissão da declaração de disponibilidade de créditos pela Secretaria Municipal de Finanças e Fazenda Pública para o exercício de 2026, ano previsto para o início da execução, em cumprimento ao Art. 105 e Art. 150 da Lei nº 14.133/2021. A

ausência desta condição inviabilizará a formalização do ajuste, sem ônus para a Administração ou para o adjudicatário.

5. BENEFÍCIO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - MPE

5.1. **"Geral"**: Por se tratar de contratação de valor inferior a R\$ 4.800.000,00, não sendo o caso de licitação exclusiva, aplicam-se às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte os benefícios de desempate ficto, prazo para regularidade fiscal e direito de preferência, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006.

EDITAL DA LICITAÇÃO Nº 089/2025
CONCORRÊNCIA Nº 006/2025

ANEXO II
MODELO DE PROPOSTA

1. DADOS DO FORNECEDOR

Razão social:

CNPJ:

Endereço:

E-mail:

Telefone:

2. RESPONSÁVEL PELA PROPOSTA

Nome:

CPF:

☐ Declaramos, para os devidos fins, que nos enquadrados como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006.

3. CONDIÇÕES COMERCIAIS

Declaramos que, caso esta licitante venha a ser contratada, os preços praticados na execução do contrato observarão as seguintes condições, conforme detalhado no Edital e em seus anexos:

3.1. Percentual de Desconto sobre os Custos Internos:

3.1.1. 50% (cinquenta por cento), a ser concedido à CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores da tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda (SINAPRO) do estado de atuação.

3.2. Percentual de Honorários sobre Serviços de Terceiros:

3.2.1. 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de serviços de produção e técnicos realizados por fornecedores especializados e devidamente comprovados.

4. CONDIÇÕES DA PROPOSTA

Validade desta proposta: 60 (sessenta) dias.

Data:

Nome do fornecedor
Nome do Responsável
(assinatura)

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 089/2025

CONCORRÊNCIA Nº 006/2025

ANEXO III

APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

As propostas e os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação em 5 (cinco) invólucros (envelopes) distintos, opacos, fechados e lacrados, conforme as especificações a seguir:

Invólucro nº 1: Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada)

Este invólucro conterá o Plano de Comunicação Publicitária elaborado em resposta ao *Briefing* e não poderá, sob qualquer hipótese, conter logotipos, marcas, nomes de arquivos, sinais ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria da proposta antes do momento apropriado, sob pena de desclassificação.

Acondicionamento:

- Para garantir o absoluto sigilo e a isonomia entre os proponentes, o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada deverá ser acondicionado em invólucro padronizado, fornecido exclusivamente pela Comissão de Contratação do Município de Pirai do Sul.
- O invólucro padronizado deverá ser retirado por um representante da agência interessada na sede da Prefeitura Municipal, localizada na Praça Alípio Domingues, nº 34, Centro, Pirai do Sul - PR, em dias úteis, das 8h30 às 11h30 e das 13h às 17h. A retirada poderá ser feita até o penúltimo dia útil anterior à data de entrega das propostas.
- O invólucro padronizado, após o acondicionamento da proposta, deverá ser fechado apenas com o elástico ou dispositivo de fechamento próprio do invólucro, não devendo receber qualquer tipo de lacre adicional, fita adesiva, rubrica, assinatura ou qualquer outro sinal que possibilite a identificação da proponente.
- Para preservar o sigilo absoluto da autoria, o Invólucro nº 1 não será recebido pela Comissão de Contratação se:
 - a) Apresentar em sua parte externa qualquer identificação da licitante;
 - b) Contiver marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) Estiver danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Este invólucro conterá a cópia idêntica do Plano de Comunicação Publicitária apresentado no Invólucro nº 1, porém, com a devida identificação da licitante.

- **Conteúdo:** Deverá conter uma cópia exata do "Caderno de Proposta Textual", das "Pranchas de Peças Criativas" e do "Caderno de Mídia" da Via Não Identificada. A única diferença é que esta via deverá ser identificada, contendo em todas as suas páginas a razão social e o CNPJ da licitante, sendo a última página de cada caderno datada e assinada pelo representante legal da empresa.
- **Finalidade:** Este invólucro será aberto somente após o julgamento da "Via Não Identificada" (Invólucro nº 1) pela Subcomissão Técnica, com o objetivo de correlacionar a pontuação atribuída a cada licitante.

O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante, estar devidamente fechado e lacrado, com a seguinte identificação em sua parte externa:

INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA
MUNICÍPIO DE PIRAI DO SUL - COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº [N.º DA CONCORRÊNCIA]/2025
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA
[RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE]

Invólucro nº 3: Documentos de Qualificação Técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos)

Este invólucro conterá os documentos que compõem os demais quesitos da Proposta Técnica, que não são objeto de julgamento cego.

- **Conteúdo:** Deverá conter, em caderno(s) específico(s), os documentos e informações referentes aos seguintes quesitos, conforme detalhado no Anexo de Diretrizes:
 - a) Capacidade de Atendimento;
 - b) Repertório; e
 - c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

- **Identificação Externa:** O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante, estar devidamente fechado e lacrado, com a seguinte identificação em sua parte externa:

INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA
MUNICÍPIO DE PIRAÍ DO SUL - COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº [Nº DA CONCORRÊNCIA]/2025
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES
[RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE]

Invólucro nº 4: Proposta de Preços

Este invólucro conterá a Proposta de Preços, que, no nosso caso, consiste na adesão às condições de remuneração fixadas no Edital.

- **Conteúdo:** Deverá conter a Proposta de Preços elaborada estritamente de acordo com o modelo do Anexo II - Modelo de Proposta, devidamente preenchida e assinada pelo representante legal da licitante, na qual a empresa manifesta sua concordância com os percentuais de desconto e honorários fixados pelo Município.

- **Identificação Externa:** O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante, estar devidamente fechado e lacrado, com a seguinte identificação em sua parte externa:

INVÓLUCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS
MUNICÍPIO DE PIRAÍ DO SUL - COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº [Nº DA CONCORRÊNCIA]/2025
[RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE]

Invólucro nº 5: Documentos de Habilitação

- **Conteúdo:** Deverá conter todos os documentos de habilitação listados no item "DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO" deste Edital, em via única.

- **Identificação Externa:** O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante, estar devidamente fechado e lacrado, com a seguinte identificação em sua parte externa:

INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
MUNICÍPIO DE PIRAÍ DO SUL - COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº [Nº DA CONCORRÊNCIA]/2025
[RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA LICITANTE]

1.1.1. Apresentação e Elaboração da Proposta Técnica

A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir. A Proposta deverá ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras.

**QUESITO 1: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA
(a ser acondicionado no Invólucro nº 1)**

Nesta via, a licitante deverá elaborar o Plano de Comunicação Publicitária em resposta ao *Briefing*, observando rigorosamente as seguintes regras de formatação e apresentação para garantir o anonimato:

Formatação Geral do Caderno Textual:

O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado em um caderno único, obedecendo às seguintes diretrizes:

- a) Encadernação: Espiral de cor preta, posicionado à esquerda.
- b) Capa e Contracapa: Em papel A4, branco, com gramatura mínima de 90 g/m², ambas totalmente em branco, sem qualquer tipo de inscrição, marca ou logomarca.
- c) Conteúdo (Miolo): Impresso em papel A4, branco, 75 g/m², com orientação "retrato".
- d) Margens e Alinhamento: Margens de 2 cm (superior, inferior, esquerda e direita) e texto com alinhamento justificado.
- e) Fonte: Fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', cor preta e estilo normal. É vedada a redação de parágrafos ou títulos inteiramente em caixa alta. O uso de letras maiúsculas para siglas, nomes próprios e inícios de frase deverá seguir a norma ortográfica padrão da língua portuguesa.
- f) Espaçamento: Espaçamento 'simples' entre linhas e 'duplo' entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- g) Numeração: Todas as páginas do miolo deverão ser numeradas no canto inferior direito.
- h) Anonimato: Nenhuma página poderá conter qualquer elemento que possibilite a identificação da licitante, como nomes de arquivos, logomarcas, marcas d'água, etc.

Composição e Limites de Páginas do Caderno Textual:

O caderno textual será composto pelas seguintes seções, respeitando os limites de páginas:

- a) Raciocínio Básico: Texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações do *Briefing*. Limite de até 10 (dez) páginas.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária: Texto em que a licitante apresentará e defenderá o conceito e a linha estratégica da campanha. Limite de até 15 (quinze) páginas.

c) Ideia Criativa (Síntese textual): Síntese da proposta conceitual e criativa, explicando as peças que serão apresentadas. Limite de até 5 (cinco) páginas. As peças exemplificadas não são computadas neste limite e devem ser apresentadas separadamente.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: Apresentação da estratégia de veiculação e distribuição das peças, com plano tático e simulação de aplicação da verba referencial. Esta seção não possui limite de páginas, mas deve ser objetiva e clara.

a. Para veículos de comunicação que operam com sistema de leilão (como plataformas de redes sociais, buscadores e mídia programática), nos quais não há tabela de preços fixos, a licitante deverá apresentar os custos com base em estimativas de mercado (ex.: Custo Por Clique - CPC, Custo Por Mil Impressões - CPM, Custo Por Visualização - CPV, etc.), informando a fonte da estimativa (ex.: ferramentas de planejamento da própria plataforma, dados históricos de campanhas similares).

i. Os valores apresentados deverão ser brutos, correspondendo exclusivamente ao custo de mídia, antes da incidência de quaisquer taxas ou honorários de agência.

b. A simulação de distribuição no plano de mídia deverá contemplar a estratégia de campanha completa e poderá prever um número de peças superior ao limite físico apresentado no quesito "Ideia Criativa". O limite de peças exemplificativas (pranchas) refere-se exclusivamente à amostra que será fisicamente apresentada para avaliação da qualidade criativa.

Apresentação dos Exemplos de Peças (Ideia Criativa):

Os exemplos de peças que materializam a "Ideia Criativa" deverão ser apresentados fora do caderno textual, seguindo estas regras:

a) Formato: As peças deverão ser apresentadas em pranchas de papel na cor preta, com gramatura mínima de 180 g/m², no formato A3 (42 x 29,7 cm), sem dobras.

b) Conteúdo: Cada prancha deverá conter apenas a peça publicitária (*layout*, *storyboard*, etc.), sem qualquer elemento identificador da agência.

c) Peças Obrigatórias: A licitante deverá apresentar, no mínimo, as seguintes peças exemplificativas em resposta ao *Briefing*:

1. Roteiro de spot de rádio (até 30 segundos).
2. *Storyboard* para vídeo institucional de TV (até 30 segundos).
3. *Layout* de post carrossel para Instagram (formato 1080 x 1080 px).
4. Layout de material impresso educativo (Folheto), frente e verso (formato 15x21 cm).
5. *Layout* para outdoor (formato 9m x 3m).

A licitante deverá apresentar um conjunto de peças que corporifiquem a sua Ideia Criativa, limitado a um total de 15 (quinze) peças, incluindo as obrigatórias. Para fins de contagem deste limite, serão observadas as seguintes regras:

- Variações de formato ou redução de uma mesma peça serão consideradas peças distintas;
 - Cada item que compõe um "kit" de materiais será computado individualmente;
 - Um anúncio composto por páginas sequenciais (ex.: página dupla ou tripla) será considerado uma única peça;
 - Um *hotsite*, com todas as suas páginas e animações internas, será considerado uma única peça;
 - Um *banner* e o *hotsite* para o qual ele é direcionado serão considerados duas peças distintas.
- d) Peças que originalmente possuem dobras, como *folders* ou folhetos, deverão ser apresentadas em seu formato aberto e planificado sobre a prancha.
- a. Cada prancha deverá conter apenas a peça publicitária (*layout*, *storyboard*, etc.).

QUESITO 1: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA (a ser acondicionado no Invólucro nº 2)

A Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não deverá conter os exemplos de peças criativas em pranchas, mas sim constituir-se em uma cópia fiel do caderno textual e do caderno de mídia da Via Não Identificada, com as seguintes especificidades:

- a) **Identificação:** Todas as páginas do documento deverão conter a razão social e o CNPJ da licitante no cabeçalho ou rodapé.
- b) **Data e Assinatura:** A última página do caderno deverá ser datada e assinada pelo representante legal da licitante, com a devida identificação (nome completo e cargo).
- c) **Rubrica:** Todas as demais páginas deverão ser rubricadas pelo representante legal.

QUESITO 2: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (a ser acondicionado no Invólucro nº 3)

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que comprovam sua Capacidade de Atendimento em um caderno específico, com páginas numeradas sequencialmente, rubricadas em todas as páginas e com a última página assinada pelo representante legal devidamente identificado. Este caderno poderá conter textos, tabelas, gráficos, fotos e outros recursos visuais, e deverá apresentar, no mínimo:

- a) **Relação de Clientes:** Lista dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início do atendimento de cada um, para demonstrar a experiência e a solidez da agência no mercado.
- b) **Qualificação da Equipe:** Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação (atendimento, planejamento, criação, mídia, etc.).
- c) **Infraestrutura:** Descrição das instalações, da infraestrutura tecnológica e dos recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.
- d) **Sistemática de Atendimento:** Descrição da metodologia e do fluxo de trabalho que serão empregados no atendimento ao Município, desde o recebimento do *briefing* até a entrega final e comprovação dos resultados.
- e) **Ferramentas e Pesquisas:** Discriminação das ferramentas de inteligência de mercado, pesquisas de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia que a agência colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicionais, durante a vigência do contrato.

QUESITO 3: REPERTÓRIO (a ser acondicionado no Invólucro nº 3)

A licitante deverá apresentar seu Repertório em um caderno específico ou em pranchas separadas, com todas as páginas (ou pranchas) devidamente identificadas, rubricadas e com a última página (ou verso da última prancha) assinada pelo representante legal. O Repertório será constituído de até 10 (dez) peças publicitárias concebidas e veiculadas pela licitante para outros clientes, observando que:

- a) **Data:** As peças devem ter sido veiculadas, preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2021.
- b) **Formato:** As peças eletrônicas (vídeos, spots) deverão ser entregues em *pen drive*, em formatos universais (mp4, mp3). As peças gráficas podem ser apresentadas no caderno ou em pranchas separadas.
- c) **Ficha Técnica:** Cada peça deverá ser acompanhada de uma ficha técnica contendo, no mínimo: cliente, título da peça/campanha, data de produção, período de veiculação e, no mínimo, um veículo em que foi divulgada.
- d) **Restrição:** As peças não podem se referir a trabalhos realizados para o Município de Piraí do Sul.

QUESITO 4: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (a ser acondicionado no Invólucro nº 3)

A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em um caderno específico, com páginas numeradas, rubricadas e com a última página assinada pelo representante legal. Cada relato deverá:

- a) **Limite:** Ter no máximo 3 (três) páginas.
- b) **Conteúdo:** Descrever um problema de comunicação de um cliente e a solução estratégica e criativa implementada pela agência, bem como os resultados alcançados.
- c) **Peças Ilustrativas (Opcional):** Para ilustrar cada um dos dois relatos, a licitante poderá incluir, opcionalmente, até 05 (cinco) peças publicitárias que tenham sido parte da solução implementada.
 - Estas peças não serão computadas no limite estabelecido para o quesito "Repertório".
 - As peças eletrônicas deverão ser entregues em *pen drive*, e as peças gráficas poderão ser inseridas no próprio caderno do relato ou em pranchas separadas, devidamente identificadas.
- d) **Referendo do Cliente:** Cada relato deverá ser formalmente referendado pelo respectivo cliente, por meio de uma declaração ou assinatura no próprio documento, atestando a veracidade das informações apresentadas.

Restrição: Os relatos não podem se referir a trabalhos realizados para o Município de Pirai do Sul.

EDITAL DA LICITAÇÃO Nº 089/2025
CONCORRÊNCIA Nº 006/2025

ANEXO IV
BRIEFING DA CAMPANHA

1. INTRODUÇÃO E CENÁRIO ATUAL

O Município de Pirai do Sul tem consolidado seu compromisso com a sustentabilidade e a gestão ambientalmente adequada dos resíduos sólidos. Atualmente, a cidade já conta com uma estrutura de Coleta Seletiva em funcionamento, com um cronograma definido que atende aos bairros da zona urbana, recolhendo materiais recicláveis (papel, plástico, vidro e metal) semanalmente. Os materiais coletados são destinados à Associação dos Recicladores Amigos da Natureza (ARAN), uma entidade situada no município de Jaguariaíva, que realiza a triagem e o processamento adequado dos resíduos.

Um exemplo do sucesso do engajamento da comunidade é o programa "Feira Verde Pirai", uma iniciativa inovadora do Município que permite à população trocar resíduos recicláveis por alimentos frescos da agricultura familiar. O programa não só incentiva a reciclagem, mas também promove a segurança alimentar e apoia os produtores rurais locais, criando um ciclo virtuoso de sustentabilidade econômica, social e ambiental que superou as expectativas desde o seu lançamento.

Apesar desses avanços significativos, ainda se observam desafios para a otimização do processo. Os principais gargalos identificados são:

- a) Uma parcela significativa dos materiais recicláveis chega à cooperativa com contaminação por resíduos orgânicos, o que dificulta ou inviabiliza a triagem e o reaproveitamento, gerando perdas e reduzindo o valor do material.
- b) Embora o serviço esteja disponível, a adesão à separação do lixo ainda não é universal em todos os bairros, e parte da população desconhece os dias corretos da coleta seletiva, misturando recicláveis com o lixo comum.
- c) Persistem dúvidas comuns sobre *quais* materiais são recicláveis (como isopor, embalagens longa vida, etc.) e *como* prepará-los para o descarte (a necessidade de lavar as embalagens para remover resíduos de alimentos, por exemplo).

Diante deste cenário, a contratação de uma campanha de comunicação se torna estratégica e necessária. Não se trata de começar do zero, mas sim de qualificar e ampliar um trabalho em andamento. A campanha "**Pirai do Sul Recicla Certo**" deverá atuar de forma educativa e massiva para sanar essas dúvidas, reforçar a importância da

separação correta, aumentar a adesão ao programa de coleta seletiva e, consequentemente, melhorar a qualidade do material que chega à reciclagem, tornando todo o sistema mais eficiente e sustentável.

2. OBJETIVO GERAL DA CAMPANHA

O objetivo geral da campanha é consolidar a cultura da reciclagem em Pirai do Sul, transformando a coleta seletiva em um hábito universal e qualificado em todos os lares e estabelecimentos comerciais do município, a fim de reforçar o compromisso da cidade com a sustentabilidade e a responsabilidade cidadã.

Para alcançar este objetivo principal, a comunicação deverá atender aos seguintes objetivos específicos:

- a) Esclarecer de forma didática e massiva a forma correta de separar os resíduos (seco, orgânico e rejeito), com ênfase na importância de limpar as embalagens antes do descarte para garantir a qualidade do material reciclável.
- b) Divulgar amplamente o cronograma da Coleta Seletiva, garantindo que a informação sobre os dias e horários corretos chegue a todos os bairros de forma clara e acessível.
- c) Aumentar a taxa de adesão à coleta seletiva em todo o município, incentivando a participação ativa dos cidadãos e o sentimento de corresponsabilidade pela limpeza e sustentabilidade da cidade.
- d) Fortalecer e dar visibilidade a programas de sucesso como o "Feira Verde Pirai", demonstrando o impacto positivo e direto da reciclagem na vida da comunidade e no fomento à economia local.

3. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O principal desafio da campanha "Pirai do Sul Recicla Certo" é superar a barreira da informação e promover a ação qualificada. Muitos cidadãos já possuem uma consciência geral sobre a importância de reciclar, mas ainda cometem erros cruciais no processo de separação e descarte que comprometem a eficiência de todo o sistema, desde a coleta até a triagem na cooperativa.

Portanto, a comunicação deve ir além do simples "recicle". O desafio criativo consiste em:

- a) Desenvolver uma abordagem de comunicação que não apenas ensine, mas que efetivamente transforme a separação correta do lixo (seco, orgânico e rejeito) e a limpeza das embalagens em um hábito diário e natural para as famílias de Pirai do Sul.

b) A campanha precisa despertar na população um forte senso de pertencimento e orgulho, posicionando a reciclagem correta como um ato de cidadania e um esforço coletivo para manter a cidade limpa e sustentável, fortalecendo a imagem de Pirai do Sul como um lugar de referência em qualidade de vida.

c) Traduzir informações técnicas (o que pode e o que não pode ser reciclado, como limpar embalagens, etc.) em uma linguagem visualmente atraente, simples e de fácil memorização, combatendo as dúvidas mais comuns da população de forma criativa e didática.

Em suma, o desafio é criar uma campanha que seja, ao mesmo tempo, massivamente educativa e genuinamente inspiradora, capaz de motivar cada cidadão a se tornar um agente ativo na construção de uma cidade mais limpa e sustentável, gerando um impacto positivo real na qualidade do material coletado e na eficiência do programa de reciclagem municipal.

4. PÚBLICO-ALVO

A campanha deverá se comunicar de forma abrangente com toda a população, mas com abordagens estratégicas e distintas para os seguintes públicos:

a) Público Prioritário: População Geral do Município

- Descrição: Moradores de todas as faixas etárias e classes sociais da zona urbana e rural de Pirai do Sul, com foco especial nos adultos responsáveis pela gestão dos resíduos domésticos e comerciais.
- Objetivo da Comunicação: Promover a mudança de comportamento. A mensagem deve ser direta, clara e persuasiva, com o objetivo de instruir sobre a maneira correta de separar os resíduos (seco, orgânico e rejeito), a importância de limpar as embalagens e incentivar a consulta ao cronograma de coleta seletiva, transformando a informação em um hábito prático e diário.

b) Público Secundário: Crianças e Adolescentes em Idade Escolar

- Descrição: Estudantes da rede municipal e estadual de ensino de Pirai do Sul.
- Objetivo da Comunicação: Fomentar a educação ambiental e a conscientização de longo prazo. A comunicação para este público deve ser lúdica, engajadora e focada na formação de novos hábitos sustentáveis. O objetivo é não apenas educar as futuras gerações, mas também utilizá-las como importantes agentes multiplicadores da mensagem dentro de seus lares, influenciando positivamente o comportamento do público prioritário.

5. PRAÇA DE VEICULAÇÃO

A praça de veiculação da campanha será o Município de Pirai do Sul, abrangendo sua zona urbana e rural. As estratégias de mídia propostas pelas licitantes devem, portanto, focar nos veículos e canais de comunicação com alcance e penetração comprovados em todo o território municipal.

6. SUGESTÃO DE CONCEITO CRIATIVO (SLOGAN/LINHA DE COMUNICAÇÃO)

Para nortear a criação das propostas, sugere-se uma linha de comunicação que conecte o ato de reciclar corretamente ao orgulho de ser cidadão de Pirai do Sul, valorizando a contribuição individual para um bem coletivo.

Conceito Sugerido: "Pirai do Sul, Orgulho que Recicla Certo."

Justificativa do Conceito: Este conceito busca criar uma associação positiva e direta entre o sentimento de pertencimento à cidade ("Orgulho") e a ação qualificada que se deseja incentivar ("Recicla Certo"). A ideia é posicionar a reciclagem correta não apenas como uma obrigação ambiental, mas como uma manifestação de cuidado e zelo pela cidade, um gesto que reflete o caráter de sua gente.

Linha de Comunicação / Chamada para Ação Sugerida: "Separe. Limpe. Transforme."

Esta chamada para ação resume os três passos essenciais que a campanha busca ensinar:

1. **Separe:** O ato fundamental de separar o lixo seco, orgânico e o rejeito.
2. **Limpe:** O passo crucial de limpar as embalagens para garantir a qualidade do material.
3. **Transforme:** O resultado final do processo, mostrando como o lixo se transforma em recurso, renda para a cooperativa e qualidade de vida para todos.

As licitantes têm a liberdade de trabalhar a partir deste conceito ou de propor uma nova linha criativa, desde que demonstrem, em sua "Estratégia de Comunicação Publicitária", que sua proposta é igualmente ou mais eficaz para atender aos objetivos e ao desafio de comunicação deste *briefing*.

7. PEÇAS OBRIGATÓRIAS PARA A PROPOSTA TÉCNICA

Para a avaliação do quesito "Ideia Criativa", a licitante deverá apresentar, no Invólucro nº 1 (Via Não Identificada), os exemplos de peças publicitárias listados abaixo, desenvolvidos a partir do conceito e da estratégia de comunicação propostos.

As peças devem ser apresentadas sob a forma de roteiros, *storyboards* ou *layouts*, conforme especificado, não sendo exigida a produção final dos materiais.

1. **Spot de Rádio (duração de 30 segundos):** Apresentar o roteiro escrito completo, contendo a transcrição de todas as falas, locuções, efeitos sonoros e trilha sugerida.
2. **Vídeo para TV e Meios Digitais (duração de 30 segundos):** Apresentar o *storyboard* da peça, contendo a sequência de cenas com a descrição do visual e do áudio correspondente, acompanhado do roteiro escrito completo.
3. **Post Carrossel para Redes Sociais (Instagram/Facebook):** Apresentar o *layout* de um post em formato carrossel com, no mínimo, 3 (três) lâminas (formato 1080x1080 pixels), acompanhado do texto de apoio (legenda) da postagem.
4. **Material Impresso Educativo (Folheto):** Apresentar o *layout* de um folheto educativo, frente e verso (formato 15x21 cm), com informações didáticas sobre a separação correta dos resíduos, conforme o desafio de comunicação.
5. **Mídia Exterior (Outdoor):** Apresentar o *layout* para um outdoor no formato padrão de 9m x 3m.

8. VERBA REFERENCIAL E PRAZOS

- a) Para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, em especial para a simulação da "Estratégia de Mídia e Não Mídia", a licitante deverá utilizar como referencial a verba hipotética de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais). Este valor é destinado exclusivamente à avaliação da proposta técnica e deverá contemplar a totalidade dos custos estimados para a produção das peças e a veiculação da campanha.
- b) Para garantir a total isonomia na avaliação das propostas e focar a análise na otimização de recursos comerciais, as licitantes deverão desconsiderar o uso de quaisquer meios de comunicação próprios do Município de Pirai do Sul (tais como redes sociais, site oficial, frota de veículos, etc.) na elaboração de suas propostas técnicas.
- c) O prazo de veiculação da campanha a ser considerado no planejamento é de 30 (trinta) dias corridos. As agências deverão distribuir suas estratégias de mídia dentro deste período.

9. INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Para subsidiar a elaboração dos Planos de Comunicação Publicitária, as licitantes deverão considerar as seguintes informações sobre o ecossistema de reciclagem do Município de Pirai do Sul:

- a) O Município já possui um programa de coleta seletiva estruturado, com um cronograma semanal que atende aos bairros da área urbana. A campanha deve se apoiar nessa estrutura existente para ampliar sua eficácia.
- b) Todo o material reciclável coletado é destinado à Associação dos Recicladores Amigos da Natureza (ARAN), localizada no município de Jaguariaíva. Essa parceria é um pilar do programa, pois gera trabalho e renda para os cooperados, reforçando o impacto social positivo da reciclagem.
- c) O Município mantém o programa "Feira Verde Pirai", uma iniciativa de sucesso que permite a troca de materiais recicláveis por alimentos da agricultura familiar. Este programa é um ativo de comunicação importante e pode ser explorado na campanha como um exemplo concreto dos benefícios da reciclagem para o cidadão.
- d) O principal desafio não é criar um programa do zero, mas sim aprimorar o que já existe. As propostas devem focar em solucionar a contaminação do material reciclável por resíduos orgânicos e em aumentar a adesão da população que ainda não separa ou não descarta corretamente seus resíduos.
- e) Recursos de Apoio:
 - **Portal Oficial do Município:** Informações sobre serviços públicos e atos da gestão podem ser encontradas no site oficial: <https://www.piraidosul.pr.gov.br/>.

EDITAL DA LICITAÇÃO Nº 089/2025
CONCORRÊNCIA Nº 006/2025

ANEXO V
MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO Nº/2025

O **MUNICÍPIO DE PIRAI DO SUL**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede administrativa na Praça Alípio Domingues nº34, Centro, Pirai do Sul - PR, CEP 84.240-000, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 77.001.329/0001-00, neste ato representado pelo Prefeito Municipal, Sr. Henrique de Oliveira Carneiro, inscrito no CPF XXX.***.***-XX, doravante denominado **contratante** e a empresa, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº, estabelecida à....., na cidade de –, CEP, e-mail....., neste ato representada pelo Sr.(nome), inscrito no CPF XXX.***.***-XX, doravante denominado **contratado** resolvem celebrar contrato, que será regido pelas cláusulas a seguir expostas.

CLÁUSULA 5ª: OBJETO

5.1. O objeto do presente contrato é prestação dos serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação.

5.2. Integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e execução de pesquisas, à produção e execução técnica das peças e projetos criados e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, conforme detalhado no Anexo I do Edital.

CLÁUSULA 6ª: NORMAS REGENTES

6.1. O presente contrato está vinculado à Concorrência nº 006/2025 e ao Processo nº 1.122/2025, ao edital e seus anexos e à proposta apresentada pela CONTRATADA, regendo-se por suas cláusulas e, em legislação geral, pela Lei Federal nº 14.133/2021, pelo Decreto Municipal nº 2.276/2023 e, de forma específica, pela Lei Federal nº 12.232/2010 e pela Lei Federal nº 4.680/1965.

CLÁUSULA 7ª: VIGÊNCIA E EXECUÇÃO

7.1. O prazo de vigência deste contrato é de 36 (trinta e seis) meses, contados da data de sua assinatura.

7.2. O prazo de execução do objeto será de 36 (trinta e seis) meses, com início em até 20 (vinte) dias corridos a contar da data de assinatura deste instrumento, período este destinado à mobilização da CONTRATADA

CLÁUSULA 8ª: REGIME E FORMA DE EXECUÇÃO

8.1. O regime de execução deste contrato é o de empreitada por preço unitário.

8.2. A forma de execução deste contrato é de serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra.

8.3. O presente contrato poderá ser renovado, desde que mantidas as condições de vantajosidade para o CONTRATANTE e com a anuência da CONTRATADA, até o limite de 10 (dez) anos.

CLÁUSULA 9ª: LOCAL E PRAZO DE ENTREGA / EXECUÇÃO

9.1. Os serviços de planejamento, criação e produção serão executados na sede da CONTRATADA. O atendimento, as reuniões de alinhamento e as apresentações ocorrerão, conforme a necessidade, nas dependências da Secretaria de Administração, localizada na Praça Alípio Domingues, nº 34, Pirai do Sul - PR, ou por meio de reuniões virtuais.

CLÁUSULA 10ª: FONTE DE RECURSOS

10.1. A despesa correrá por conta da seguinte dotação orçamentária:

Dotação Orçamentária:

Natureza:

Fonte:

10.2. Para os exercícios financeiros subsequentes, a CONTRATANTE alocará os créditos orçamentários necessários para a cobertura das despesas contratuais, observando o planejamento.

CLÁUSULA 11ª: VALOR A SER PAGO PELO OBJETO

11.1. O valor máximo global estimado deste contrato para o período de 36 (trinta e seis) meses é de R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

11.2. Fica expressamente estabelecido que o valor mencionado no item 7.1. representa o limite máximo de despesa que a CONTRATANTE poderá realizar, não constituindo obrigação de pagamento do valor total nem direito adquirido por parte da CONTRATADA à sua totalidade.

11.3. A remuneração da CONTRATADA será variável, correspondendo ao somatório dos valores dos serviços efetivamente demandados, executados e aprovados pela fiscalização, calculados da seguinte forma:

11.3.1. Para serviços internos, aplicando-se o percentual de desconto de 50% (cinquenta por cento) sobre a tabela de preços do SINAPRO-PR vigente.

11.3.2. Para serviços de terceiros, aplicando-se o percentual de honorários de 10% (dez por cento) sobre os custos devidamente comprovados.

CLÁUSULA 12ª: GARANTIA CONTRATUAL

12.1. A CONTRATADA deverá prestar garantia de execução contratual no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor global deste contrato.

12.2. A garantia deverá ser prestada em uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021, no prazo de até 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e antes da assinatura do contrato.

12.3. A garantia prestada será devolvida após o recebimento definitivo do objeto, em até 5 (cinco) dias úteis, e será atualizada monetariamente, quando fornecida em dinheiro.

12.4. Nos casos de aditivo ou prorrogação contratual, a garantia deverá ser complementada para garantir a manutenção do percentual inicialmente exigido.

CLÁUSULA 13ª: CRITÉRIO DE MEDIÇÃO

13.1. A medição dos serviços executados ocorrerá por demanda, ao final de cada solicitação formalizada por e-mail.

13.2. Após a conclusão de uma demanda, a CONTRATADA encaminhará ao fiscal do contrato o relatório de comprovação dos serviços prestados (relatórios de veiculação, peças produzidas, etc.).

13.3. O fiscal do contrato terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, após o recebimento do relatório, para conferir e atestar a correta execução dos serviços.

13.4. A aprovação da medição pelo fiscal, formalizada nos autos do processo de fiscalização, é a condição para que a CONTRATADA emita a nota fiscal correspondente.

CLÁUSULA 14ª: CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

14.1. Os pagamentos serão realizados de forma não contínua, por demanda, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados do ateste da respectiva medição pelo fiscal do contrato.

14.2. O prazo de pagamento será suspenso caso seja atestado o não cumprimento total da obrigação contratual. Em caso de descumprimento parcial, será liberado o pagamento da parcela incontroversa.

14.3. A nota fiscal que for apresentada com erro será devolvida à CONTRATADA para retificação, e o prazo para pagamento se reiniciará a partir da data de sua reapresentação correta.

14.4. Caso o pagamento seja efetuado após o prazo estabelecido por culpa da CONTRATANTE, o valor será atualizado monetariamente, conforme fórmula de encargos moratórios definida em contrato, mediante solicitação da CONTRATADA.

CLÁUSULA 15ª: REAJUSTAMENTO DO PREÇO

15.1. O preço contratado será reajustado anualmente, de ofício pela CONTRATANTE, utilizando como base a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), apurado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

15.2. O primeiro reajuste ocorrerá após 12 (doze) meses contados da data-base de 9 de novembro de 2025, que corresponde à data de conclusão da formação de preço.

15.3. A formalização do reajuste será realizada por apostilamento contratual.

CLÁUSULA 16ª: MATRIZ DE ALOCAÇÃO DE RISCOS CONTRATUAIS

16.1. O presente contrato observa a seguinte Matriz de Alocação de Riscos, que define a responsabilidade das partes por eventos supervenientes que possam impactar o equilíbrio econômico-financeiro do ajuste:

EVENTO DE RISCO	ALOCÇÃO	CONSEQUÊNCIA
Atraso na entrega de <i>briefings</i> ou na aprovação de peças por parte da CONTRATANTE	Município	Prorrogação de prazo para a CONTRATADA, sem aplicação de penalidades.
Rejeição de peças criativas por não atenderem ao <i>briefing</i> aprovado.	Contratado	Dever de refazer a peça sem custo adicional para o Município.
Erros de veiculação (horário, canal, formato) por parte do veículo de comunicação.	Contratado	Dever de negociar a compensação (re-veiculação) com o veículo, sem ônus para o Município.
Variação extraordinária e imprevisível nos custos de mídia (além do reajuste anual).	Município	Análise para fins de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, nos termos da Lei.
Erros factuais em peças publicitárias decorrentes de informação incorreta fornecida pelo Município.	Município	Custos de correção e/ou nova veiculação serão arcados pelo Município

CLÁUSULA 17ª: REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

17.1. O reequilíbrio econômico-financeiro ocorrerá por meio de termo aditivo e dependerá de prévia solicitação da parte interessada, com a demonstração de que a ocorrência de fatos imprevisíveis, ou previsíveis de consequências incalculáveis, inviabilizou a execução do contrato nos termos inicialmente pactuados.

17.2. A solicitação será endereçada ao gestor do contrato, que a encaminhará para análise da autoridade competente, que terá o prazo de 15 (quinze) dias úteis para emitir resposta.

17.3. Formalizado o reequilíbrio, este produzirá efeitos retroativos à data do fato gerador. O pedido de restabelecimento do equilíbrio deverá ser formulado durante a vigência do contrato e antes de eventual prorrogação.

CLÁUSULA 18ª: OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

18.1. Além das obrigações gerais previstas no edital, constituem obrigações específicas da CONTRATADA:

18.1.1. Obter a aprovação prévia e por escrito da CONTRATANTE antes de assumir qualquer despesa de produção, veiculação ou outra relacionada ao contrato.

18.1.2. Apresentar, no mínimo, 03 (três) orçamentos de fornecedores distintos para a contratação de serviços especializados (produção, pesquisa, etc.), garantindo a busca pelo melhor preço.

18.1.3. Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações com terceiros (veículos e fornecedores) e transferir integralmente à CONTRATANTE quaisquer vantagens, descontos ou bonificações obtidas.

18.1.4. Assumir total responsabilidade pela execução dos serviços prestados por terceiros subcontratados, bem como pela quitação de todas as obrigações decorrentes.

18.1.5. Manter sigilo absoluto sobre todas as informações estratégicas fornecidas pela CONTRATANTE ou desenvolvidas no âmbito do contrato.

18.1.6. Apresentar relatórios que comprovem a efetiva execução e veiculação das peças publicitárias, para fins de fiscalização e acervo.

18.1.7. Ceder ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, todos os direitos patrimoniais de uso sobre as ideias, peças e campanhas criadas em decorrência do contrato, observando o seguinte:

18.1.7.1. A cessão definitiva abrange todos os direitos patrimoniais sobre a criação, conceito, textos, roteiros, direção de arte e demais trabalhos intelectuais desenvolvidos pela CONTRATADA e seus profissionais.

18.1.7.2. Para o uso de direitos de imagem (atores, modelos, etc.), sonoros (trilhas, locuções, etc.) e de obras preexistentes (fotografias, ilustrações, músicas, etc.), a CONTRATADA deverá obter o licenciamento pelo prazo necessário à campanha e, obrigatoriamente, negociar e apresentar no orçamento os custos para eventuais renovações de uso, garantindo ao CONTRATANTE o direito de reutilização futura mediante pagamento dos valores previamente acordados.

18.1.7.3. A CONTRATADA obriga-se a discriminar em todos os orçamentos de produção, de forma clara e separada, os custos referentes aos direitos de terceiros (cachês, licenciamentos, etc.) e os prazos de validade de cada licença

18.1.8. Manter, pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, o acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados.

18.1.9. Manter, durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

CLÁUSULA 19ª: OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

19.1. Constituem obrigações do CONTRATANTE:

19.1.1. Fornecer à CONTRATADA, por meio de *briefings* claros e completos, todas as informações necessárias para a elaboração dos planejamentos e a criação das peças publicitárias.

19.1.2. Disponibilizar o acesso a dados, locais e, quando necessário, a agentes públicos que possam fornecer subsídios para a correta execução dos serviços.

19.1.3. Analisar e responder às propostas, peças e planos apresentados pela CONTRATADA dentro de prazos razoáveis, a fim de não comprometer o cronograma das campanhas.

19.1.4. Comunicar à CONTRATADA, formalmente e por escrito, toda e qualquer orientação, aprovação ou rejeição acerca dos serviços.

19.1.5. Designar formalmente o Gestor e o Fiscal do contrato, que serão os canais oficiais de comunicação para acompanhamento da execução do objeto.

19.1.6. Efetuar os pagamentos devidos à CONTRATADA nas condições e prazos pactuados neste instrumento.

CLÁUSULA 20ª: FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

20.1. A execução deste contrato será acompanhada e fiscalizada por um Gestor do Contrato e um Fiscal do Contrato (e seu substituto), servidores designados pela autoridade competente, que serão os representantes da CONTRATANTE para todos os atos relativos ao presente instrumento.

20.2. O representante da CONTRATADA para a execução do contrato será o preposto formalmente indicado, nos termos deste instrumento.

20.3. Todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato serão anotadas em registro próprio pelo fiscal, que determinará o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

CLÁUSULA 21ª: ALTERAÇÃO CONTRATUAL

21.1. O presente contrato poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos casos previstos no art. 124 da Lei nº 14.133/2021.

21.2. O CONTRATADO fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários no objeto, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

21.3. Nenhuma alteração contratual que implique em modificação do valor ou do escopo será executada sem a prévia formalização do respectivo Termo Aditivo.

CLÁUSULA 22ª: SUBCONTRATAÇÃO

22.1. Será permitida a subcontratação, observados os limites e condições a seguir.

22.2. O valor total subcontratado não poderá exceder o limite máximo de 50% (cinquenta por cento) do valor global deste contrato.

22.3. É vedada a subcontratação do objeto principal deste contrato, ou seja, as atividades de natureza intelectual como planejamento, conceituação, concepção e criação publicitária, que deverão ser executadas diretamente pela CONTRATADA.

22.4. Será admitida a subcontratação para a execução de serviços técnicos e de produção especializados e de natureza acessória, tais como produção audiovisual, produção gráfica, fotografia e realização de pesquisas, mediante prévia autorização da CONTRATANTE.

22.5. A CONTRATADA permanece integralmente responsável perante a CONTRATANTE pela perfeita execução dos serviços subcontratados.

CLÁUSULA 23ª: MEIOS ALTERNATIVOS DE SOLUÇÃO DE CONTROVÉRSIA

23.1. As partes buscarão a solução consensual das eventuais controvérsias por meio da conciliação e da negociação.

23.2. Em caso de controvérsia que não seja resolvida pela gestão ordinária do contrato, será instaurado um procedimento formal de negociação, no qual cada parte indicará um representante para buscar uma solução no prazo de 15 (quinze) dias úteis. Frustrada a negociação, as partes poderão recorrer aos meios judiciais competentes.

CLÁUSULA 24ª: SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

24.1. Pela inexecução total ou parcial deste contrato, a CONTRATANTE poderá aplicar à CONTRATADA, garantido o contraditório e a ampla defesa, as seguintes sanções:

24.1.1. Advertência nos casos de descumprimento de obrigações contratuais de menor impacto, que não acarretem prejuízo direto à Administração.

24.1.2. Multa de Mora de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 40 (quarenta) dias.

24.1.3. Multa Compensatória:

24.1.3.1. Por inexecução parcial de 20% (vinte por cento) sobre o valor da parcela inadimplida.

24.1.3.2. Por inexecução total de 20% (vinte por cento) sobre o valor do saldo contratual a executar.

24.1.4. Impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade conforme a gravidade da infração e nos termos do art. 156 da Lei nº 14.133/2021, a penalidade de multa poderá ser cumulada com as sanções de impedimento de licitar e contratar com o Município de Pirai do Sul ou de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

24.1.5. O valor das multas aplicadas será descontado dos pagamentos devidos à CONTRATADA ou, se for o caso, executado a partir da garantia contratual, sem prejuízo da cobrança judicial.

INFRAÇÃO COMETIDA	PENALIDADE	PRAZO
Ensejar o retardamento da execução do contrato sem motivo justificado	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Pirai do Sul	6 meses
Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Pirai do Sul	12 meses
Dar causa à inexecução total do contrato	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Pirai do Sul	18 meses
Prestar declaração falsa durante a execução do contrato	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Praticar ato fraudulento na execução do contrato	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses

CLÁUSULA 25ª: FORMAS DE COMUNICAÇÃO ENTRE CONTRATANTE E CONTRATADO

25.1. Toda comunicação entre as partes relativa à execução deste contrato será formalizada por escrito.

25.2. A comunicação rotineira entre o fiscal do contrato e o preposto da CONTRATADA será realizada preferencialmente por e-mail, sendo admitidos outros meios eletrônicos que permitam o registro, conforme estabelecido na reunião inicial de alinhamento.

25.3. As solicitações formais, notificações e decisões que possam implicar em alteração de escopo, prazo ou valor deverão ser realizadas por meio de ofício protocolado no processo.

CLÁUSULA 26ª: MANUTENÇÃO DAS CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO

26.1. A CONTRATADA obriga-se a manter, durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

26.2. A CONTRATADA deverá comunicar ao fiscal do contrato, no prazo de 15 (quinze) dias, qualquer alteração em sua condição de habilitação, sob pena de aplicação das sanções cabíveis.

CLÁUSULA 27ª: NORMAS AMBIENTAIS E LOGÍSTICA REVERSA

27.1. A CONTRATADA deverá cumprir as normas ambientais aplicáveis na execução do objeto contratado.

27.2. Na produção de materiais publicitários impressos, a CONTRATADA deverá priorizar, sempre que técnica e economicamente viável, o uso de materiais ecologicamente corretos (reciclados, recicláveis ou de fontes certificadas) e promover a racionalização de recursos em seus processos produtivos.

CLÁUSULA 28ª: PROTEÇÃO DE DADOS

28.1. As partes se obrigam a cumprir a Lei Geral de Proteção de Dados - Lei nº 13.709/2018, no que for cabível, comprometendo-se a tratar os dados pessoais a que tiverem acesso somente para a finalidade do contrato, a não os compartilhar com terceiros e a adotar todas as medidas de segurança para evitar vazamentos ou acessos não autorizados.

CLÁUSULA 29ª: CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO

29.1. O objeto de cada demanda solicitada por e-mail será recebido:

29.1.1. Provisoriamente, pelo fiscal do contrato, em até 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação de conclusão dos serviços pela CONTRATADA, mediante verificação da conformidade do serviço com o que foi solicitado.

29.1.2. Definitivamente, pelo fiscal do contrato, em até 30 (trinta) dias corridos, contados do recebimento provisório, após a verificação da qualidade final e do atendimento de todas as exigências contratuais, o que será formalizado em termo detalhado.

CLÁUSULA 30ª: EXTINÇÃO DO CONTRATO

30.1. A extinção do presente contrato será regulada pelas hipóteses previstas nos arts. 137 a 139 da Lei nº 14.133/2021, e ocorrerá por ato unilateral da Administração, por

acordo entre as partes ou por decisão judicial, sempre formalmente motivada nos autos, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

CLÁUSULA 31ª: FORO

31.1. O foro competente para dirimir qualquer questão oriunda deste contrato é o da Comarca de Pirai do Sul, Estado do Paraná.

Pirai do Sul-PR, de de

Município de Pirai do Sul
Prefeito Municipal

CONTRATADO

Testemunhas:

Nome:

CPF:

Assinatura:

Nome:

CPF

Assinatura: