



EDITAL DE LICITAÇÃO

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 017/2026
MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2026**

1. PREÂMBULO

- 1.1.** O Município de Matelândia, Estado do Paraná, nos termos do disposto na Lei Federal nº 14.133/2021 e suas posteriores alterações, torna público que realizará licitação na Modalidade de CONCORRÊNCIA PÚBLICA, tipo TÉCNICA E PREÇO, visando a **CONTRATAÇÃO E SELEÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE VISANDO A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL PARA VEICULAÇÃO EM MÍDIAS, DE AÇÕES, PROGRAMAS E SERVIÇOS DA MUNICIPALIDADE, DE ACORDO COM AS INSTRUÇÕES DESTES EDITAIS E SEUS ANEXOS PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, PODENDO SER PRORROGADO POR IGUAIS E SUCESSIVOS PERÍODOS EM CONFORMIDADE COM A LEGISLAÇÃO PERTINENTE.**
- 1.2.** As determinações contidas na Lei 12.232/2010, mesmo que não especificadas, fazem parte do presente Edital e deverão ser observadas durante o processo licitatório, bem como, na execução do contrato.
- 1.3.** As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica constituída por três membros, formadas em comunicação, marketing ou publicidade, ou que atuem em uma dessas áreas, os quais serão escolhidos mediante sorteio em sessão pública, nos termos do artigo 10, da Lei Federal nº 12.232/2010.
- 1.4.** Os envelopes contendo as propostas técnicas e de preços serão recebidos até às 09h00min do dia **19 de junho de 2026**. Os documentos de habilitação serão recebidos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação, após a classificação final das propostas.
- 1.5.** Esta licitação é realizada com base na Lei Federal nº 12.232/10, de 29 de abril de 2010 e Lei nº 14.133/2021, e suas alterações e nas disposições deste Edital.

2. DO OBJETO TIPO DE LICITAÇÃO, PRAZOS DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA, VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO E CONDIÇÃO DE PARTICIPAÇÃO

- 2.1.** A presente licitação tem por objeto a **SELEÇÃO E CONTRATAÇÃO DE UMA EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A ADMINISTRAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MATELÂNDIA, POR UM PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, PODENDO SER PRORROGADO POR IGUAIS PERÍODOS A CRITÉRIO DA CONTRATANTE, NOS TERMOS DO ARTIGO 107, DA LEI 14.133/2021, compreendendo a prestação de serviços publicitários especializados**, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto integrado de atividades destinadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, produção interna, intermediação e supervisão da execução externa e à distribuição de peças e campanhas publicitárias aos veículos de comunicação, ações digitais e de novas mídias, com os seguintes serviços incluídos:
 - 2.1.1.** 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;
 - 2.1.2.** Desenvolvimento de estratégias de comunicação e planejamento de campanhas institucionais, a criação e produção de peças publicitárias para rádio, televisão, mídias digitais, impressos, outdoors, painéis, entre outros;
 - 2.1.3.** Intermediação para aquisição de espaços e tempos publicitários junto aos veículos de comunicação, com base em suas tabelas de preços e os descontos usuais de mercado;
 - 2.1.4.** Supervisão técnica da veiculação das campanhas e do cumprimento das estratégias propostas e a execução técnica de projetos publicitários aprovados pela Administração;



- 2.1.5. Apoio à mensuração de resultados de campanhas com finalidade específica de aferição de desempenho da comunicação institucional (conforme art. 3º da Lei nº 12.232/2010);
- 2.1.6. Desenvolvimento de soluções comunicacionais inovadoras, compatíveis com novas tecnologias e mídias, criação de campanhas e projetos publicitários;
- 2.1.7. Todas as ações de publicidade institucional e de utilidade pública referente a todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Matelândia, aos estritos termos do art. 37, parágrafo 1º da Constituição Federal e em conformidade com o art. 2º da Lei nº 12.232/2010.
- 2.2. Para fins desta Concorrência, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio.
- 2.3. Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.
- 2.4. Para a prestação dos serviços **será contratada 1 (uma) agência de publicidade e propaganda**, a qual serão destinados os recursos até os valores previstos neste Edital para a realização dos serviços objeto desta licitação.
- 2.5. o valor total contratual estimado para o período de 12 (doze) meses, soma o montante de **R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais)**, tendo em vista o volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas à contratada, com os recursos destinados para esse fim.
- 2.6. **Poderão participar desta Concorrência as empresas:** do ramo, com estrutura técnica para atender a demanda dos serviços e atenda aos requisitos de habilitação e demais exigências do edital.
- 2.7. **Não poderão participar desta Concorrência:**
- a) empresas em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução, cisão, fusão, incorporação ou em liquidação;
 - b) empresas que por qualquer motivo tenham sido consideradas inidôneas por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, Federal, Estadual ou Municipal, ou punidas com suspensão do direito de licitar e contratar com o Município de Matelândia;
 - c) empresas inadimplentes em obrigações assumidas com o Município de Matelândia;
 - d) empresas que estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição;
 - e) empresas estrangeiras que não funcionam no País; e
 - f) servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação;
- 2.8. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.
- 2.9. A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que **recebeu da Comissão de Contratação o INVÓLUCRO previsto no subitem 3.1.1.1.5.** e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 2.10. As licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressalvado que o Município de Matelândia não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E DAS PROPOSTAS

- 3.1. Os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas e de Preço deverão ser apresentados à Comissão de Licitação em INVÓLUCROS distintos e separados, todos fechados, conforme informações a seguir discriminadas.
- 3.1.1. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em TRÊS INVÓLUCROS distintos:

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

3.1.1.1. O INVÓLUCRO nº 1, Proposta Técnica: Plano de Comunicação – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação da licitante na **parte externa e interna**, para preservar – até a abertura do **INVÓLUCRO nº 2** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação.

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

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

- I. O Plano deverá ser apresentado em volume único, encadernado com espiral preto no lado esquerdo;
- II. A capa e a contracapa devem ser confeccionadas em papel branco formato A4, com gramatura entre 75 g/m² e 90 g/m², sem qualquer tipo de inscrição ou identificação;
- III. O conteúdo interno deverá ser impresso também em papel A4 branco, respeitando a orientação retrato, com as seguintes margens: 3 cm à esquerda e no topo e 2 cm à direita e na parte inferior, medidas a partir das bordas da folha;
- IV. com espaçamento “simples” entre as linhas, aplicando-se espaço duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos;
- V. O texto deve estar justificado e utilizar a fonte Arial, cor preta, tamanho 12, com estilo normal (não negrito, sublinhado ou em caixa alta);
- VI. Não deverá haver recuos nos parágrafos ou linhas subsequentes.
- VII. A numeração das páginas deve ser feita em algarismos arábicos, posicionada de forma padronizada, iniciando-se na primeira página interna;
- VIII. Não poderá haver qualquer elemento de identificação da proponente;
- IX. encadernação em espiral, conforme TR.

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

3.1.1.1.4. Os exemplos de peças mencionados no subitem 4.1.1.3.2, que constituem a Ideia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se ao tamanho do **INVÓLUCRO nº 1**.

3.1.1.1.5. O **INVÓLUCRO nº 1** deverá ser retirado pela interessada, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ/MF, endereço e telefone de contato, até o **dia 18 de junho de 2026**, no horário de expediente da prefeitura, de segunda a sexta-feira, no Departamento de Licitações do Município de Matelândia. – PR.

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

3.1.1.2. O INVÓLUCRO nº 2, Proposta Técnica: deverá ter como conteúdo o mesmo Plano de Comunicação apresentado no invólucro nº 1 agora com a devida identificação da licitante

(externa e internamente), para que, após a avaliação e julgamento do conteúdo do invólucro nº 1, a Comissão possa identificar os licitantes.

c) O INVÓLUCRO nº 3 de Comunicação, preferencialmente com as seguintes informações em sua parte externa:

INVÓLUCRO nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação

CONCORRÊNCIA N°005/2026

À Comissão de Contratação

Prefeitura do Município de Matelândia – Pr.

Razão social da licitante:

e CNPJ/MF da licitante:

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

3.1.2. O **INVÓLUCRO nº 4** - Proposta de Preço deverá ser acondicionada em envelope, preferencialmente com as seguintes informações em sua parte externa:

INVÓLUCRO nº 4

Proposta de Preço

CONCORRÊNCIA N° 005/2026

À Comissão de Contratação

Prefeitura do Município de Matelândia – Pr.

Razão social da licitante:

e CNPJ/MF da licitante:

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

3.1.2.2. A Proposta de Preço deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter preferencialmente suas páginas numeradas sequencialmente e ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta deverá ser datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 5.3. e 5.4., por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

INVÓLUCRO nº 5

Documentos de Habilitação

CONCORRÊNCIA N° 005/2026

À Comissão de Contratação

Prefeitura do Município de Matelândia – Pr.

Razão social da licitante:

e CNPJ/MF da licitante:

3.1.3.1. O **INVÓLUCRO nº 5**, o qual deverá ser entregue a comissão apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do art. 6,



inciso I da Lei Federal nº 12.232/10 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.3.1.1. A entrega deste INVÓLUCRO será feita pela licitante em sessão pública **conforme convocação emitida pela comissão.**

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

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

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

3.2.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de **procuração**, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo 16**. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa (contrato social), em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

3.2.4. Juntamente no ato do credenciamento a empresa deverá apresentar:

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 representem veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

4. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS Nº 01, 02 E 03)

4.1. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

- Plano de Comunicação – item 4.1.1.;
- Capacidade de Atendimento – item 4.1.2.;
- Repertório – item 4.1.3.;
- Relato de Solução de Problema de Comunicação – item 4.1.4.,
Compreendendo:

4.1.1. **Plano de Comunicação:** a licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing (**ANEXO 03**) o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

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

4.1.1.2. **Estratégia de Comunicação:** texto em que a licitante:

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



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

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

4.1.1.3.1. A licitante apresentará uma relação, em forma de lista, de todas as peças integrantes da campanha apresentadas na ideia criativa e nos exemplos de peças, incluídas as eventuais reduções e variações de formato, considerando que os exemplos de peças estão condicionados e limitados ao que está disposto na alínea **a** do subitem **4.1.1.3.2**.

4.1.1.3.2. As licitantes deverão apresentar campanha simulada com duração de 30 (trinta) dias, utilizando verba máxima de R\$ 70.000,00 (setenta mil reais), incluindo custos de criação, produção, serviços de terceiros, veiculação e honorários.

a) As peças obrigatórias da campanha simulada deverão contemplar os seguintes formatos:

- I. 01 layout para anúncio em jornal ou revista (formato máximo A3, sendo permitida apenas uma peça);
- II. 01 roteiro para comercial de rádio (texto impresso em papel A4);
- III. 01 roteiro ou *storyboard* para comercial de televisão (em A4, podendo ser *storyboard*);
- IV. 01 layout para outdoor (formato máximo A3).

4.1.1.3.3. No caso de peças de não mídia, só serão aceitos exemplos finalizados.

4.1.1.3.4. Se forem apresentadas peças como parte de um *kit*, cada uma delas será computada no limite de que trata a alínea **a** do subitem **4.1.1.3.2**.

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

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

b) simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata o subitem **4.1.1.3.1**, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas, e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

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

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

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

- a)** os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;
- b)** deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
- c)** devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de terceiros;
- d)** devem ser apresentados como anexo os orçamentos dos veículos de comunicação sugeridos, sem identificação do contratante ou solicitante.

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

a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

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



- d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de MATELÂNDIA, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

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

4.1.3.1. Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas nos últimos dois anos, contados até a data de apresentação das propostas.

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

4.1.3.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *mídia portátil (pen drive)*, e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura do Município de MATELÂNDIA, já veiculados na mídia.

4.1.4. Relato de Solução de Problema de Comunicação: deverá ser apresentado **um case**, relatando, em no máximo três páginas, solução bem-sucedida de problema de comunicação.

4.1.4.1. O relato terá de ser formalmente referendado pelo respectivo anunciante e não pode referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura do Município de MATELÂNDIA.

4.1.4.2. É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para o relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.2. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação não possuem limite de páginas, ficando a critério do licitante o uso da quantidade de páginas que julgar necessário para apresentar da melhor forma possível, dentro dos objetivos propostos.

4.3. Caberá à Assessoria de Imprensa decidir se as campanhas publicitárias da Proposta vencedora serão ou não produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na execução do contrato.

5. PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N° 04

5.1. A Proposta de Preço deverá ser apresentada em **dois documentos** distintos, descritos nos subitens **5.2** e **5.3**.

5.2. A Proposta de Preço a ser preenchida apenas com as informações constantes do **Anexo XVI**.

5.3. Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir ao Município de Matelândia as vantagens obtidas.

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

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

6. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N° 05

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

6.1.1. Relativa à habilitação jurídica:

a) Apresentação de Cópia do documento de identidade do sócio ou de seu representante legal.

b) No caso de empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede.

c) Em se tratando de microempreendedor individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI.



- d) No caso de sociedade empresária ou empresa individual: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores.
- e) Inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz, no caso de ser o participante sucursal, filial ou agência.
- f) No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores.
- g) No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País: decreto de autorização.

6.1.2. Relativa à regularidade fiscal, social e trabalhista:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – **Cartão CNPJ**;
- b) Prova de regularidade para com a **Fazenda Federal** através da apresentação de **Certidão de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União** administrados pela Secretaria da Receita Federal e com validade na data da abertura da sessão pública;
- c) Prova de Regularidade para com a **Fazenda Estadual** através da apresentação de **Certidão Negativa de Tributos Estaduais** expedida pela Secretaria de Estado da Fazenda com validade na data da abertura da sessão pública;
- d) Prova de regularidade para com a **Fazenda Municipal** através da apresentação de **Certidão Negativa de Tributos Municipais** expedida pela Prefeitura Municipal da sede da Proponente, com validade na data de abertura da sessão pública;
- e) Prova de regularidade para com o **FGTS** através da apresentação de **Certidão de Regularidade do FGTS (CRF)** expedida pela Caixa Econômica Federal, com validade na data de abertura da sessão pública;
- f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT)**, de acordo com a Lei Federal nº 12.440/2011.

6.1.3. Relativa à qualificação econômico-financeira:

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

6.1.3.2. Balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício, referentes aos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira do licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

6.1.3.2.1. O balanço patrimonial anual com as demonstrações contábeis, devidamente assinado por contabilista registrado no Conselho Regional de Contabilidade e o representante legal da empresa, deverá vir acompanhado dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário, devidamente registrados e assinados.

6.1.3.2.2. O balanço das sociedades anônimas ou por ações deverá ser apresentado em publicação no Diário Oficial. O(s) mesmo(s) deverá(ão) ser assinado(s) por profissional da contabilidade registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

6.1.3.2.3. Quando a data da abertura do certame for superior ao dia 30 de abril do presente ano, somente serão aceitos os balanços dos dois anos imediatamente anteriores.

6.1.3.2.4. Os documentos exigidos no item 6.1.3.2. limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

6.1.3.2.5. Em caso de empresa que ainda não possua balanço patrimonial e demonstrações contábeis já exigíveis, por serem recém-constituídas, apresentação de cópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado na Junta Comercial ou



cópia do Livro Diário contendo o Balanço de Abertura, inclusive com os termos de Abertura e de Encerramento, devidamente registrados na Junta Comercial da sede ou domicílio da Licitante.

- 6.1.3.2.6. Se necessária a atualização do balanço, da demonstração de resultado do exercício e do patrimônio líquido deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional.
- 6.1.3.2.7. O balanço patrimonial e a demonstração de resultado do exercício deverão estar registrados ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante, ou autenticados por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial.
- 6.1.3.2.7.1. Sociedades empresariais em geral: registrados ou autenticados no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhados de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foram extraídos, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei n.º 486, de 03 de março de 1969;
- 6.1.3.2.8. Sociedades empresárias regidas pelas disposições da Lei n.º 6.404/1976: registrados ou autenticados no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio do licitante e publicados em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópias registradas ou autenticadas no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
- 6.1.3.2.8.1.1. As companhias de capital aberto e as de grande porte deverão apresentar, ainda, relatório de auditoria elaborado por auditores independentes registrados na Comissão de Valores Mobiliários, nos termos do § 3º do art. 177 da Lei n.º 6.404/1976.
- 6.1.3.2.8.2. Sociedades simples: registrados no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
- 6.1.3.2.8.3. Para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:
- 6.1.3.2.8.3.1. Termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- 6.1.3.2.8.3.2. Balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício;
- 6.1.3.2.8.3.3. Termo de abertura e encerramento;
- 6.1.3.2.8.3.4. Requerimento de autenticação de Livro Digital;
- 6.1.3.2.8.3.5. Recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.
- 6.1.3.3.** A comprovação de boa situação financeira da empresa será constatada mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Não Circulante}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Total}}$$



$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

6.1.3.3.1. Os índices de que trata o subitem 6.1.3.3. serão calculados pelo licitante com base no balanço patrimonial apresentado e confirmados por Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no respectivo conselho de classe profissional, em documento próprio para tal fim (modelo no **Anexo 15**).

6.1.3.3.2. As empresas que apresentarem resultado inferior ou igual a 1 (um) em quaisquer dos índices referidos no subitem 10.7.3, para serem consideradas habilitadas no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverão comprovar o patrimônio líquido não inferior a 10% (dez) do valor estimado da contratação.

6.1.4. Declarações:

6.1.4.1. Declaração de enquadramento microempresa, empresa de pequeno porte ou cooperativa (caso se enquadre na situação de microempresa, empresa de pequeno porte ou cooperativa) – conforme modelo do **ANEXO 04**;

6.1.4.2. Declaração receita bruta máxima para enquadramento como empresa de pequeno porte (caso da indicação de enquadramento na condição de microempresa ou empresa de pequeno porte) – conforme segunda parte do modelo do **ANEXO 04**;

6.1.4.3. Declaração de que cumpre os requisitos de habilitação (Art. 63, I da Lei 14.133/2021) – Conforme modelo do **ANEXO 05**;

6.1.4.4. Declaração de atendimento ao objeto licitado – conforme modelo do **ANEXO 06**;

6.1.4.5. Declaração de que cumpre com o disposto no INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL. – Conforme modelo **ANEXO 07**;

6.1.4.6. Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas (ART.63, IV DA LEI 14.133 DE 2021) – Conforme modelo **ANEXO 08**;

6.1.4.7. Declaração de idoneidade – Conforme modelo do **ANEXO 09**;

6.1.4.8. Declaração de nepotismo – Conforme modelo do **ANEXO 10**;

6.1.4.9. Declaração de que suas propostas econômicas compreendem 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 (§1º DO ART. 63 DA LEI 14.133 DE 2021) – Conforme modelo do **ANEXO 11**;

6.1.4.10. Declaração contendo a identificação de responsável pela assinatura do contrato – Conforme modelo do **ANEXO 12**;

6.1.4.11. Declaração de conhecimento as normas de prevenção à corrupção – Conforme modelo do **ANEXO 13**;

6.1.4.12. Declaração de comprometimento – Conforme modelo do **ANEXO 14**;

6.2. As Declarações constantes nos Anexos deste edital deverão ser assinadas por seu representante legal, sendo o sócio ou seu procurador.

6.3. Admitir-se a assinatura eletrônica na forma do [Art. 2º, II da Lei 14.063/2020](#).

6.4. Os documentos não poderão apresentar emendas, rasuras ou ressalvas.

6.5. Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz e válidos para matriz e filial.

6.6. As Certidões/documentos que não tiverem prazo de validade informado, terão como data de validade 90 (noventa) dias após a sua emissão.



7. DO JULGAMENTO E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas, pela subcomissão técnica nomeada preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

7.2. Serão levados em conta, como critério de julgamento, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

7.2.1. Plano de comunicação

7.2.1.1. **Raciocínio Básico** - clareza na identificação dos objetivos de comunicação, devidamente relacionados ao briefing fornecido, pertinência do diagnóstico em relação ao briefing e coerência na relação entre problema e solução proposta.

7.2.1.2. **Estratégia de Comunicação** - apresentação de no mínimo 2 (duas) estratégias alinhadas ao briefing, cada uma descrita em até 1 (uma) página.

7.2.1.3. **Ideia Criativa** - adequação da proposta às diretrizes do briefing, observando a pertinência do conteúdo, a criatividade, originalidade da solução apresentada e a viabilidade técnica de execução conforme orçamento simulado.

7.2.1.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - propor distribuição da verba conforme briefing, com a indicação de no mínimo 3 meios de comunicação diferentes, apresentação de tabela com estimativa de custos unitários por inserção e a justificativa de alcance e segmentação do público-alvo.

7.2.2. **Capacidade de Atendimento** - Equipe mínima de profissionais, compreendendo as áreas de planejamento, criação, mídia, atendimento, produção gráfica e digital, com comprovação documental (currículos ou registros profissionais), a fim de garantir a efetiva capacidade de atendimento da contratada.

7.2.3. **Repertório** - Apresentação de 5 (cinco) peças publicitárias já veiculadas, em diferentes meios de comunicação, acompanhadas da respectiva ficha técnica (cliente, título, data e veículo de veiculação), observando a variedade de formatos utilizados.

7.2.4. **Relato de Solução de Problema de Comunicação** - Clareza na descrição da situação-problema, pertinência da estratégia adotada e apresentação de resultados comprovados, devidamente acompanhados de declaração ou referendo formal do cliente contratante.

7.3. A nota da Proposta Técnica de cada licitante está limitada ao máximo de **Setenta** pontos e será apurada segundo a metodologia: Raciocínio básico, estratégia de Comunicação, ideia criativa, estratégia de mídia e não mídia, capacidade de atendimento, repertório, relato de Solução de Problema de Comunicação.

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

a) **Raciocínio Básico – 10 (dez) pontos.** Sendo eles: Clareza na identificação dos objetivos de comunicação (0–4 pontos); Pertinência do diagnóstico em relação ao briefing (0–3 pontos); Coerência na relação entre problema e solução proposta (0–3 pontos).

b) **Estratégia de Comunicação – 10 (dez) pontos.** Sendo eles: Alinhamento com o briefing e objetivos institucionais (0–4 pontos); Apresentação de no mínimo 2 estratégias distintas e justificadas (0–3 pontos); Consistência lógica da argumentação (0–3 pontos).

c) **Ideia Criativa – 25 (vinte e cinco) pontos.** Sendo eles: Pertinência da ideia em relação ao problema de comunicação (0–5 pontos); Originalidade/inação da proposta (0–5 pontos); Clareza e coesão na apresentação das peças (0–5 pontos); Viabilidade técnica dentro do orçamento simulado (0–5 pontos); Atendimento às exigências formais (mínimo de peças solicitadas, formato etc.) (0–5 pontos).

d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez) pontos.** Sendo eles: Diversificação de meios (mínimo 3 diferentes) (0–3 pontos); Coerência na distribuição da verba de R\$ 40.000,00 (0–3 pontos); justificativa clara de alcance e segmentação do público-alvo (0–2 pontos); Apresentação de planilhas/tabelas com custos unitários e totais (0–2 pontos).

e) **Capacidade de Atendimento - 5 (cinco) pontos.** Sendo eles: Disponibilidade de equipe multidisciplinar mínima (planejamento, criação, mídia, atendimento, produção gráfica e digital), com comprovação curricular (0–5 pontos, sendo 1 ponto por área atendida).

f) **Repertório - 5 (cinco) pontos.** Sendo eles: Apresentação de 5 peças publicitárias já veiculadas (0–2 pontos); Variedade de meios utilizados (mínimo 3 diferentes) (0–2 pontos); Ficha técnica completa das peças (0–1 ponto).



g) Relato de Solução de Problema de Comunicação - 5 (cinco) pontos. Sendo eles: (Clareza na descrição da situação-problema (0–1 ponto); Pertinência da estratégia adotada (0–2 pontos); Apresentação de resultados comprovados, com referendo formal do cliente (0–2 pontos).

7.3.1.1. A nota da proposta técnica será obtida mediante a soma da nota dos Itens, ou seja, **NT=(a+b+c+d+e+f+g).**

7.3.2. A nota do quesito ou do subquesito corresponderá à média aritmética da pontuação de cada membro da subcomissão técnica da Licitação.

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

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

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

7.4. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

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

b) não alcançar, no total, a nota mínima de **quarenta** pontos;

c) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 7.2.1.1 a 7.2.1.4 e 7.2.2 a 7.2.4.

7.5. Serão consideradas mais bem-classificadas na fase do julgamento técnico a licitante que obtiver **maior pontuação** na soma das notas dos quesitos.

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

7.5.2. Persistindo o empate, serão utilizados os critérios estabelecidos pelo artigo 60, da Lei 14.133/2021.

8. JULGAMENTO E VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

8.1. As Propostas de Preço das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, em dois quesitos “A” e “B”, conforme item 8.1.1. e 8.1.2. a seguir.

8.1.1. O quesito “A” a ser valorado, integrante da Proposta que constitui o Anexo 16, é o Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), com atribuição de um máximo de 30 pontos.

8.1.2. O quesito “B” a ser valorado, integrante da Proposta que constitui o Anexo 16, é o percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores e veiculações efetivadas, incidentes sobre o valor da mídia negociada, conforme especificado nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, com limite máximo de 15% (quinze por cento), cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, com atribuição de um máximo de 45 pontos.

8.2. Os quesitos a serem valorados, integrante da Proposta que constitui o **Anexo 16**, é o seguinte:

a) Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - Até 55 (cinquenta e cinco) pontos;

b) percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (Honorários por serviços de terceiros - Até 45 (quarenta e cinco) pontos.

8.2.1. A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 60 (sessenta) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

8.3. Será desclassificada a Proposta de Preço que:

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



- 8.3.2.** Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- 8.4.** No julgamento da Proposta de Preço de que trata o item **8.1.1** “quesito a”, a Comissão de Licitações atribuirá o máximo de **30 (trinta) pontos** como Nota de Preço “a” (NPA), mediante a verificação de desconto sobre o percentual dos custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), e adoção dos seguintes procedimentos:
- 8.4.1.** Desconto de 10% sobre o percentual máximo de honorários para os serviços desta licitação: 2 pontos;
- 8.4.2.** Desconto de 10% a 19,9%, sobre o percentual máximo de honorários para os serviços desta licitação: 04 pontos;
- 8.4.3.** Desconto de 20% a 29,9% sobre o percentual máximo de honorários para os serviços desta licitação: 08 pontos;
- 8.4.4.** Desconto de 30% a 39,9% ou mais sobre o percentual máximo de honorários para os serviços desta licitação: 16 pontos;
- 8.4.5.** Desconto de 50% ou mais sobre o percentual máximo de honorários para os serviços desta licitação: 30 pontos.
- 8.5.** No julgamento da Proposta de Preço de que trata o item **8.1.2** “quesito b”, a Comissão de Licitações atribuirá o máximo de **30 (trinta) pontos** como Nota de Preço “b” (NPB), a ser valorado, integrante da Proposta que constitui o Anexo 16, é o percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores e veiculações efetivadas, incidentes sobre o valor da mídia negociada, conforme especificado nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, com limite máximo de 15% (quinze por cento), cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos seguintes moldes:

Quesito B – Honorários por serviços de terceiros - Até 30 (trinta pontos) B.1. Remuneração (honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos) (três pontos para cada 1,5% de desconto sobre os 15% originais).

Honorários a serem aplicados	Pontos Concedidos	Total da Pontuação Auferida
15%	Zero ponto	zero
14,5%	01	três
13%	02	seis
11,5%	03	nove
12,6%	04	doze
12%	05	quinze
11,4%	06	dezoito
10%	07	Vinte e um
8,5%	08	Vinte e quatro
7%	09	Vinte e sete
5,5%	10	trinta

9. DO JULGAMENTO/CLASSIFICAÇÃO FINAL DAS PROPOSTAS

- 9.1.** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal 14.133/2021 para o tipo de licitação Técnica e Preço.
- 9.2.** A Nota Final (NF) será calculada com a soma das Nota Técnica (NT) com a Nota de Preço (NP), a dotando a seguinte formula: **NF= (NT + NP)**.



9.2.1. A Nota Final poderá ter valor máximo de 100 pontos, sendo considerada até duas casas decimais após a vírgula.

9.3. Se houver empate na pontuação da nota final, será adotado o critério do item 7.5.1 e 7.5.2;

10. DA ENTREGA E EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 10.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de Preços, conforme previsto na Lei Federal 12.232/2010, Artigo 11, Parágrafo quarto, inciso XI, em dia, hora e local a ser estipulados;
- 10.2. O invólucro 5 da documentação de habilitação deverá conter os documentos constantes no **item 6 do edital**;
- 10.3. A Comissão de licitação analisará os documentos de habilitação e julgará habilitada todas as licitantes que atenderem aos requisitos de habilitação exigidos em edital;
- 10.4. A comissão lavrará ata da sessão pública de abertura dos envelopes de habilitação e emitirá relatório, sendo assegurada a abertura de prazo recursal em conformidade com a 14.133/2021.

11. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

- 11.1. Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.
 - 11.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 3.2 deste Edital.
 - 11.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e documentos de Habilitação nas sessões públicas.
 - 11.1.3. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Administração, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.
 - 11.1.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.
 - 11.1.5. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital e na legislação específica.
 - 11.1.6. Antes do aviso oficial do resultado da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
 - 11.1.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
 - 11.1.8. A Comissão de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
 - 11.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 90 (noventa) dias, contados do encerramento desta Concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Administração providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

- 11.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no Edital e terá a seguinte pauta inicial:
 - a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido para credenciamento;
 - b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
 - c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.



- 11.2.1.** O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação se não:
- estiver identificado;
 - apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
 - estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
 - estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido pela Administração.
- 11.2.1.1.** Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do subitem 11.2.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.
- 11.2.2.** A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:
- rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
 - retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
 - abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
 - colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
 - informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio eletrônico.
- 11.2.2.1.** A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea “b” do subitem 11.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.
- 11.2.2.2.** Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº1 e nº3, a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 11.2.3.** A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 11.2.4.** Abertos os Invólucros 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 de Contratação.
- 11.2.5.** Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 11.2.6 e seguintes. Caso contrário a Comissão de Contratação divulgará o resultado das decisões, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.
- 11.2.6.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:
- encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
 - elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
 - encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
 - elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.



11.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea “a” do subitem 7.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

11.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

11.2.7. As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do subitem 11.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

11.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, 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 Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, I, da Lei nº 14.133/2021;

11.3.1. 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, se solicitado pela Comissão de Contratação.

Terceira Sessão

11.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, 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 Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) realizar o julgamento final, ou não sendo possível na sessão, informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado e comunicado aos licitantes através de relatório, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, I, da Lei nº 14.133/2021.

Quarta Sessão

11.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:



- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
 - b) **receber e abrir** os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
 - c) analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
 - d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
 - e) informar o resultado da habilitação, ou não sendo possível, comunicar que o resultado será publicado e comunicado aos participantes através de relatório de habilitação, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, I, da Lei nº 14.133/2021;
- 11.6.** Concluído os procedimentos e não havendo recursos a serem julgados a Comissão de Contratação encaminhará o processo à autoridade competente para homologação.

12. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

- 12.1.** Por decisão da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir:
- a) nas reuniões de abertura de **INVÓLUCROS**;
 - b) no Diário Oficial Eletrônico do Município;

13. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

- 13.1.** Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:
- 13.1.1.** deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo agente de contratação durante o certame;
 - 13.1.2.** Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:
 - 13.1.2.1.** não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
 - 13.1.2.2.** recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
 - 13.1.2.3.** pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;ou
 - 13.1.2.4.** deixar de apresentar amostra;
 - 13.1.2.5.** apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;
 - 13.1.3.** não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
 - 13.1.3.1.** recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
 - 13.1.4.** apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação.
 - 13.1.5.** fraudar a licitação
 - 13.1.6.** comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:
 - 13.1.6.1.** agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
 - 13.1.6.2.** induzir deliberadamente a erro no julgamento;
 - 13.1.6.3.** apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
 - 13.1.7.** praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação
 - 13.1.8.** praticar ato lesivo previsto no [art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013](#).
- 13.2.** Com fulcro na [Lei nº 14.133, de 2021](#), a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:
- 13.2.1.** advertência;



- 13.2.2. multa;
- 13.2.3. impedimento de licitar e contratar e
- 13.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.
- 13.3. Na aplicação das sanções serão considerados:
- 13.3.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.
- 13.3.2. as peculiaridades do caso concreto
- 13.3.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes
- 13.3.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública
- 13.3.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conformenormas e orientações dos órgãos de controle.
- 13.4. A multa será recolhida em percentual incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de **15 (quinze) dias** úteis, a contar da comunicação oficial.
- 13.4.1. Para as infrações previstas nos itens 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3, a multa será de 5% do valor do contrato licitado.
- 13.4.2. Para as infrações previstas nos itens 13.1.4, 13.1.5, 13.1.6, 13.1.7 e 13.1.8, a multa será de 15% do valor do contrato licitado.
- 13.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.
- 13.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.
- 13.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Município de Matelândia/PR, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.
- 13.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 13.1.4, 13.1.5, 13.1.6, 13.1.7 e 13.1.8, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no [art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021](#).
- 13.9. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 13.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do [art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022](#).
- 13.10. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.
- 13.11. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.
- 13.12. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.



- 13.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.
- 13.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados ao Município de Matelândia/PR.

14. DAS IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 14.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 11h30min ou das 13h30min às 17h00min, no Protocolo Central do Paço Municipal 25 de Julho, o qual deverá ser julgado e respondido em até 3 (três) dias úteis, contados da data do seu recebimento, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame sem prejuízo da faculdade prevista no art. 170, § 4º, da Lei nº 14.133/2021.
- 14.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até três dias úteis antes da data da abertura do **INVÓLUCRO** contendo as propostas técnicas, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no subitem anterior.
- 14.2.1. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.
- 14.3. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar do conhecimento da decisão correspondente, em petição escrita dirigida à Comissão de Contratação e protocolizada no Paço Municipal, de segunda a sexta-feira, das 8:00h às 11:30h ou das 13h00min às 17h00min.
- 14.4. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo apresentando as contrarrazões no prazo máximo de 3 (três) dias úteis.
- 14.5. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) o Sr. Prefeito, que decidirá em até 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.
- 14.6. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.
- 14.7. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação motivadamente e se houver interesse para a Administração atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

15. DO RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 15.1. A soma das despesas com o contrato resultantes desta Concorrência está estimada em **R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais)**, para um período de 12 (doze) meses e será realizada conforme necessidade e demanda da Administração Municipal.
- 15.2. O Município de Matelândia, se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.
- 15.3. As despesas da presente contratação correrão na respectiva conta orçamentária:

RED. 55 – 02.004.04.122.1002.2007.3.3.90.39.00.00. – FONTE 3000

16. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

- 16.1. A licitante vencedora terá o prazo de até **5 (cinco)** dias, contados a partir da convocação, para assinar o termo de contrato, nos moldes da minuta constante do **Anexo 17**.
- 16.2. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados nos subitens 16.1, para assinar o contrato, será convocado o próximo classificado, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta classificada em primeiro lugar.
- 16.2.1. Será aplicada a multa compensatória, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:
- recusa em constituir a garantia contratual prevista;
 - recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
 - não-manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.
- 16.2.2. O disposto no subitem anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem



- 16.2.
- 16.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração **de doze meses**, contados a partir do dia de suas assinaturas, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, em conformidade com o art. 108, da Lei nº 14.133/2021, a exclusivo critério da Administração Municipal.
- 16.4. No interesse o Município de Matelândia, a futura **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125, da Lei nº 14.133/2021.
- 16.5. O Município de Matelândia poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à **CONTRATADA** qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 14.133/2021 e no contrato a ser firmado entre as partes.
- 16.5.1. A rescisão do contrato, de acordo com o que preceituam os arts. 138 e 139 da Lei nº 14.133/2021, poderá ser:
- a) determinada por ato unilateral e escrito da Administração Municipal, nos casos enumerados no art. 137, incisos I ao IX da Lei nº 14.133/2021;
 - b) amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Administração Municipal;
 - c) judicial, nos termos da legislação processual.
- 16.6. A rescisão do contrato em decorrência do descumprimento das cláusulas pela Contratada, acarretará independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Administração Municipal a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.
- 16.7. Será da responsabilidade da **CONTRATADA** o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.
- 16.8. Obriga-se também a **CONTRATADA** por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.
- 16.9. A **CONTRATADA** só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome do Município de MATELANDIA, se houver expressa autorização desta. Esse procedimento se estenderá às eventuais subcontratadas.
- 16.10. É vedado à **CONTRATADA** utilizar o contrato resultante da presente Concorrência como caução ou como garantia em operações financeiras.

17. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

- 17.1. Para execução dos serviços, deverão ser observadas as normas legais específicas sobre eles, objeto da presente licitação especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010, bem como as demais normas da legislação publicitárias em vigor.
- 17.2. Somente pessoas físicas e jurídicas previamente cadastradas junto a Administração Municipal poderão fornecer à contratada, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução dos serviços, objeto da presente licitação, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.
- 17.3. O fornecimento de bens ou serviços especializados, a que se refere o subitem anterior, exigirá sempre a apresentação pelas contratadas a contratante, de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas cadastradas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme o artigo 14, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.
- 17.4. Sempre que a produção tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento), do valor global do contrato, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, nos termos do artigo 14, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.
- 17.5. Não havendo, entre as empresas cadastradas, uma que possa atender a demanda, as contratadas poderão contratar empresa não cadastrada mediante prévia e expressa justificativa, ficando a critério do contratante a aceitação ou não.
- 17.6. Os custos e despesas de produção e veiculação apresentadas ao contratante, para pagamento, deverão ser acompanhados dos orçamentos, da demonstração do valor devido ao fornecedor ou veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos



correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, sempre que possível.

18. DO PAGAMENTO

- 18.1.** Os pagamentos dos serviços serão realizados mensalmente, dos serviços expressamente autorizados pela Administração Municipal, mediante apresentação das notas fiscais, acompanhadas das autorizações e relatórios, e aceite dos serviços pela Administração Municipal.
- 18.1.1.** O pagamento será efetuado através de depósito em conta bancária do contratado.
- 18.2.** Em anexo as faturas a contratada deverá comprovar a manutenção das condições de regularidade fiscal, social e trabalhista, devendo para tanto apresentar todas as certidões negativas relacionadas no item 6.1.2. deste edital.

19. OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

- 19.1.** A partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa, a empresa passa a ser obrigada a cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenha acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado.
- 19.2.** Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD, vedado seu compartilhamento com terceiros, ressalvados contratos específicos para tratamento de dados firmados de acordo com os ditames dessa Lei.
- 19.3.** Nas hipóteses em que cabível a contratação de sub operador, a Administração e o controlador deverão ser mantidos informados sobre todos os contratos de suboperação existentes e comunicados imediatamente sempre que nova contratação ocorra.
- 19.4.** A transferência internacional de dados somente será admitida nas hipóteses do art. 33 da LGPD e a empresa responderá legalmente caso desrespeite as disposições desta Lei.
- 19.5.** Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever da empresa eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.
- 19.6.** É dever da empresa orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidade decorrentes da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.
- 19.7.** Caso seja admitida subcontratação, o instrumento de subcontratação deverá estabelecer para a subcontratada os deveres da presente cláusula expressamente.
- 19.8.** A Administração poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo a contratada atender os pedidos de comprovação eventualmente efetuados.
- 19.9.** Diante de eventual solicitação de titular de dados, a contratada deverá prestar as informações a que alude o art. 9º da LGPD ou, em sendo o caso, informação acerca do descarte realizado.
- 19.10.** Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos; os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

20. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

- 20.1.** É facultada à Comissão de Contratação ou autoridade superior, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos documentos de Habilitação.
- 20.1.1.** A Comissão de Contratação ou autoridade superior deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.
- 20.2.** A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem, que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.



- 20.3.** Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se a Administração tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.
- 20.3.1.** Se ocorrer a desclassificação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.
- 20.4.** É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.
- 20.5.** É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis.
- 20.6.** Antes do aviso oficial do resultado da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes a avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 20.7.** Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica, no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
- 20.8.** Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.
- 20.9.** A presente licitação não importa necessariamente em contratação, podendo o Município de Matelândia revogá-la, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivadas de fato supervenientes comprovadas ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação mediante ato escrito e fundamentado disponibilizado no sistema para conhecimento dos participantes da licitação. A Prefeitura de Matelândia poderá, ainda, prorrogar, a qualquer tempo, os prazos para recebimento das propostas ou para sua abertura.
- 20.10.** Os casos omissos, assim como as dúvidas, serão resolvidos com base na [Lei nº 14.133/2021](#) e alterações posteriores, bem como nas demais legislações pertinentes.
- 20.11.** As licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o Município de Matelândia não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 20.12.** O proponente é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação do proponente que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido o vencedor, a rescisão do contrato ou do pedido de compra, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.
- 20.13.** Os empregados da empresa Contratada não terão qualquer vínculo empregatício com o Município de Matelândia, correndo por conta exclusiva da empresa Contratada, todas as obrigações decorrentes da legislação trabalhista, previdenciária, fiscal e comercial, as quais a empresa contratada se obriga a saldar na época devida.
- 20.14.** Após apresentação da proposta, não caberá desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Administração.
- 20.15.** As normas que disciplinam este pregão serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os proponentes, desde que não comprometam o interesse da Administração, a finalidade e a segurança da contratação.
- 20.16.** As decisões referentes a este processo licitatório poderão ser comunicadas aos proponentes por qualquer meio de comunicação que comprove o recebimento ou, ainda, mediante publicação no Diário Oficial do Município.
- 20.17.** Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente no Município de Matelândia.
- 20.18.** O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento da licitante desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.
- 20.19.** O foro designado para julgamento de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital será o de Matelândia -PR.
- 20.20.** A documentação apresentada para fins de habilitação da empresa vencedora fará parte dos autos da licitação e não será devolvida ao proponente.



- 20.21.** Serão admitidas como oficiais todos os comunicados, notificações e decisões remetidas e recebidas por meio eletrônico, preferencialmente por e-mail institucional, com a devida comprovação de recebimento pela parte interessada.
- 20.22.** O Agente de Contratação e equipe de apoio atenderão aos interessados no horário das **08h00min às 17h30min**, de segunda a sexta-feira, exceto feriados, na Prefeitura Municipal de Matelândia, com sede na Av. Duque de Caxias, nº 800, Matelândia-PR.
- 20.23.** Informações complementares que visam obter maiores esclarecimentos sobre a presente licitação serão prestadas pelo Agente de Contratação, através do e-mail licitacoesmatelandia@gmail.com e licitacoes@matelandia.pr.gov.br, informando o número da licitação.
- 20.24.** O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e Portal Transparência do Município de Matelândia.
- 20.25.** São partes integrantes deste edital, para todos os fins de direito, os seguintes anexos:

ANEXO 01 – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR;

ANEXO 02 – TERMO DE REFERÊNCIA DO OBJETO;

ANEXO 03 – BRIEFING;

ANEXO 04 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE SE ENQUADRA NO CONCEITO LEGAL DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE;

ANEXO 05– MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE ATENDE AOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO;

ANEXO 06 - MODELO DE DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AO OBJETO LICITADO;

ANEXO 07 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE COM O DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL;

ANEXO 08 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE COM O DISPOSTO NO ART. 63, IV DA LEI 14.133 DE 2021;

ANEXO 09 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE;

ANEXO 10 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE NEPOTISMO;

ANEXO 11 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE COM O DIPOSTO NO §1º DO ART. 63 DA LEI 14.133 DE 2021;

ANEXO 12 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDENTIFICAÇÃO DE RESPONSÁVEL;

ANEXO 13 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO AS NORMAS DE PREVENÇÃO À CORRUPÇÃO;

ANEXO 14 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE COMPROMETIMENTO;

ANEXO 15 – MODELO DE DEMONSTRATIVO DE ÍNDICES CONTÁBEIS;

ANEXO 16 – PROPOSTA DE PREÇO SUJEITO À VALORAÇÃO;

ANEXO 17 – TERMO DE PROCURAÇÃO;

ANEXO 18 – MINUTA CONTRATUAL.

Matelândia/PR, 04 de maio de 2026.

MAURICIO AMPESSAN

Secretário Municipal de Governo, Controladoria e Procuradoria

ANEXO 01
ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº005/2025
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, CONTROLADORIA E PROCURADORIA

1. INTRODUÇÃO

O presente Estudo Técnico Preliminar tem como objetivo evidenciar a necessidade e a viabilidade da contratação de agência de publicidade, visando à prestação de serviços técnicos especializados em comunicação institucional e publicidade de interesse público. A contratação visa atender ao interesse da Administração em informar, educar e orientar a população sobre programas, atos e serviços relevantes desenvolvidos pelo Município de Matelândia, conforme determina a Lei nº 12.232/2010.

O documento visa subsidiar o Termo de Referência, garantindo transparência, legalidade, eficiência e alinhamento com o planejamento estratégico municipal.

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. IDENTIFICAÇÃO DA NECESSIDADE

O Município enfrenta desafios significativos na comunicação com seus cidadãos, contando com estrutura insuficiente para a elaboração de conteúdos institucionais e a gestão de plataformas digitais. Nesse sentido, os canais atuais não conseguem atender às crescentes expectativas de informação e transparência da população, levando a uma comunicação fragmentada e, algumas vezes, ineficiente ou até mesmo atrasada. Por exemplo, o tempo de resposta às demandas de informação pública é prolongado, e há dificuldades na atualização e disseminação de conteúdos relevantes e precisos nas redes sociais e no site oficial do município.

Isso se alia a singularidade da propaganda institucional, ante a necessidade da observância de regras muito específicas, de maneira genérica, o que preceitua o artigo 37, § 1º da Carta Magna.¹ Tais exigências vem estabelecendo ainda mais a necessidade do aperfeiçoamento nas demandas do Marketing e comunicação quando falamos em propaganda institucional da Administração Pública municipal. A exemplo disso, segue acostado no presente ETP a recomendação nº 02/2024, que traz inúmeros critérios de cunho subjetivo do que se deve vincular em propagandas institucionais.

Os principais interessados na solução desse problema incluem não apenas a administração municipal, que busca melhorar sua eficiência comunicacional e sua imagem pública, mas também os cidadãos, que desejam um acesso mais simplificado e imediato às informações do governo. Além disso, também os veículos de imprensa que passarão a receber informações claras e bem estruturadas para reportar à comunidade, mas sobretudo, a administração pública que necessita de um sistema ágil e eficiente para transmitir suas ações e projetos.

Nesse contexto, o interesse público principal consiste em aprimorar a eficiência e a transparência da comunicação entre a administração municipal e os cidadãos. A contratação visa garantir que informações importantes sejam acessíveis e compreensíveis, promovendo uma maior participação pública nos processos decisórios e melhorando a imagem institucional do município. Além disso, busca-se fortalecer o relacionamento do município com os meios de comunicação, garantindo que as informações sejam veiculadas de maneira correta e positiva em campanhas como, Dengue, Investimentos, Alvará, ISS fixo, Agricultura, ISSQN, Vacinação Bivalente, Eleição do Conselho Tutelar, IPTU, Agência do Trabalhador destaque em geração de emprego no Paraná, Maio Laranja, Feirão de Empregos, Informação sobre castração, obras, Aniversário do município, Agosto Azul - Campanha sobre prevenção do câncer de próstata, Setembro Amarelo, Família Acolhedora, Eventos, Outubro Rosa, Campanhas de Vacinação, prestação de contas das ações de governo e demais orientações institucionais, são de extrema importância para a população.

Tal solução terá um impacto positivo significativo na forma como a administração pública se comunica e interage com a população e stakeholders (partes interessadas) externos. Espera-se uma redução substancial

¹ § 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

no tempo necessário para divulgar informações e responder a demandas públicas, bem como a melhoria na qualidade e frequência do conteúdo divulgado. A produção de material publicitário mais eficaz e a gestão profissional de redes sociais e outras plataformas digitais permitirão um alcance mais amplo e engajamento efetivo com os cidadãos. A prestação de informações de forma mais assertiva e acessível por meios digitais reduzirá a necessidade de deslocamento físico dos cidadãos até repartições públicas, promovendo conveniência e economia de tempo. Estes benefícios, quando comparados ao custo da contratação, justificam plenamente o investimento, uma vez que elevam o padrão de serviço e satisfação pública, reiterando o compromisso do município com a modernização administrativa e o atendimento às necessidades da comunidade.

Deste modo, a comunicação eficaz é fundamental para apoiar as atividades-fim, que incluem a implementação de políticas públicas, a promoção da participação cidadã, e a disseminação de informações sobre serviços públicos e projetos municipais. Ao garantir uma comunicação clara e eficiente, a contratação de uma empresa especializada auxilia a administração municipal a cumprir seus objetivos estratégicos, e facilita a interação comunidade-governo e proporciona um serviço público que realmente atenda às necessidades e expectativas da população.

Nesse sentido, a crescente complexidade das demandas de divulgação pública e a necessidade de alcançar efetivamente a população, por meio de diferentes meios e formatos, exigem a contratação de serviços técnicos especializados prestados por agência de publicidade regularmente constituída, conforme exige o art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

A ausência de suporte técnico especializado compromete a efetividade das campanhas institucionais, prejudica a comunicação com os cidadãos e enfraquece a imagem da Administração Pública Municipal.

A melhoria neste serviço auxiliará todas as secretarias e órgãos da Administração Direta Municipal, com a finalidade de planejar e executar ações de publicidade e campanhas de utilidade pública, fortalecendo a comunicação institucional, ampliando o acesso da população aos serviços oferecidos e promovendo maior transparência e controle social.

Para concluir, é importante destacar que a Secretaria de Governo, por meio da Divisão de Imprensa e da Divisão de Comunicação e Marketing, é a responsável por toda a publicidade institucional do município. No entanto, atualmente, essas divisões contam apenas com um servidor designado para atender a essa demanda complexa e crescente. Diante desse cenário, a finalidade da contratação de uma empresa especializada é fornecer ao referido setor o suporte necessário, garantindo a disponibilidade de todos os recursos e ferramentas essenciais para implementar ações de comunicação e publicidade de forma efetiva e profissional. Esta colaboração não apenas otimiza os processos de comunicação, mas também possibilitará o fortalecimento do vínculo entre a administração pública e a comunidade, promovendo uma gestão mais transparente e participativa, além de contribuir para que a administração pública realize tais ações atendendo com plenitude e principalmente, com a validação das normas constitucionais, evitando a responsabilização por eventual propaganda institucional irregular.

3. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAIS

A presente contratação está prevista no plano anual de contratações da Secretaria de Governo, Procuradoria e Controladoria.

https://matelandia.pr.gov.br/prefeitura/arquivos/plano_contratacao_anual/PLANO%20DE%20CONTRATACAO%20ANUAL%20MUNICIPIO%20DE%20MATELANDIA.pdf

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Com base na necessidade de assegurar uma comunicação institucional eficiente e interativa com os munícipes, a contratação deve ser fundamentada no cumprimento de requisitos mínimos que garantam

qualidade, eficácia e sustentabilidade. Os serviços de comunicação e marketing digital devem observar as melhores práticas do setor, atender às legislações e normativas aplicáveis e seguir critérios que promovam a sustentabilidade ambiental, econômica e social, a fim de se alinhar com as diretrizes de responsabilidade e desenvolvimento sustentável preconizadas pela Lei 14.133/2021, além dos seguintes requisitos:

- Ser agência de publicidade legalmente constituída, registrada no Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);
- Possuir aptidão técnica para prestação dos serviços publicitários, conforme art. 7º da Lei nº 12.232/2010;
- Apresentar equipe multidisciplinar com profissionais habilitados nas áreas de criação, redação, mídia, planejamento, atendimento, produção gráfica e digital;
- Dispor de estrutura operacional compatível com a demanda do Município;
- Capacidade comprovada da empresa em realizar serviços de comunicação e marketing digital, incluindo planejamento, execução e mensuração de resultados;
- Expertise em ferramentas de gestão de redes sociais, SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), e-mail marketing e inbound marketing;
- Portfólio de serviços prestados a entidades públicas ou privadas que atestem a experiência e qualidade do trabalho;

Requisitos Legais:

- A empresa deve estar em conformidade com todas as obrigações sociais, trabalhistas e previdenciárias.
- Cumprir os princípios da publicidade legal e da ética publicitária;
- Cumprimento das normativas de proteção de dados pessoais, especialmente no tratamento de informações dos munícipes.
- Atendimento às normas de acessibilidade, garantindo que os materiais produzidos sejam acessíveis a pessoas com deficiência.

Requisitos de Sustentabilidade:

- Uso de práticas que minimizem o impacto ambiental nas atividades de marketing digital e comunicação.
- Preferência por ferramentas e plataformas que priorizem a eficiência energética.
- Fomento às interações digitais para diminuir a necessidade de materiais impressos, promovendo uma comunicação mais sustentável.

Requisitos da Contratação:

- Elaboração e edição de matérias institucionais de acordo com os padrões de qualidade jornalística e clareza.
- Produção de material publicitário inovador e que respeite as diretrizes de publicidade governamental.
- Gestão profissional das redes sociais, com criação de conteúdo relevante e interação constante com o público.
- Relatórios mensais de desempenho que apresentem métricas claras e análise crítica das ações implementadas, permitindo aferição dos resultados e o redirecionamento de estratégias.
- Disponibilização de material sempre que solicitado pelo chefe do setor e sua publicação sempre que previamente autorizado pelo mesmo.

Os requisitos aqui elencados são essenciais para garantir que a empresa contratada esteja alinhada com as necessidades do Município de Matelândia e possa oferecer os resultados esperados. A contratação deverá atender a esses requisitos sem incluir especificações e exigências excessivas que limitem de modo

desnecessário o universo de potenciais proponentes, evitando restringir a competitividade do certame e garantindo a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

5. ESTIMATIVA DA DEMANDA – QUANTIDADES

O quantitativo estimado da contratação para atendimento das necessidades está demonstrado na tabela abaixo:

Qtde.	Unid.	Especificações
12	Mês	<p>Prestação de serviços publicitários especializados, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto integrado de atividades destinadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, produção interna, intermediação e supervisão da execução externa e à distribuição de peças e campanhas publicitárias aos veículos de comunicação, com os seguintes serviços incluídos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de estratégias de comunicação e planejamento de campanhas institucionais; • Criação e produção de peças publicitárias para rádio, televisão, mídias digitais, impressos, outdoors, painéis, entre outros; • Intermediação para aquisição de espaços e tempos publicitários junto aos veículos de comunicação, com base em suas tabelas de preços e os descontos usuais de mercado; • Supervisão técnica da veiculação das campanhas e do cumprimento das estratégias propostas; • Execução técnica de projetos publicitários aprovados pela Administração; • Apoio à mensuração de resultados de campanhas com finalidade específica de aferição de desempenho da comunicação institucional (conforme art. 3º da Lei nº 12.232/2010); • Desenvolvimento de soluções comunicacionais inovadoras, compatíveis com novas tecnologias e mídias;

O quantitativo de 12 (doze) meses corresponde ao período integral da vigência contratual anual. Tal previsão é compatível com o planejamento de comunicação do Município, que prevê a realização de campanhas institucionais regulares e emergenciais ao longo de todo o exercício. A demanda projetada foi definida considerando:

- a) A execução anterior da mesma natureza de contrato, atualizada monetariamente e em escopo, o que permite estabelecer uma linha comparativa segura;

b) A necessidade recorrente e estratégica de campanhas de interesse público, como: vacinação, saúde preventiva, arrecadação tributária (IPTU, ISS), ações ambientais, divulgação de obras, prestação de contas, eventos culturais e campanhas de conscientização (Maio Laranja, Setembro Amarelo, Outubro Rosa etc.);

c) A centralização da comunicação institucional sob responsabilidade da Secretaria de Governo, por meio da Divisão de Imprensa e da Divisão de Comunicação e Marketing, que, atualmente, não possuem equipe técnica ou estrutura operacional suficientes para absorver integralmente a demanda;

d) A impossibilidade de estimar, de forma exata, a quantidade de peças e serviços a serem produzidos e veiculados, diante da necessidade de soluções criativas adaptadas a cada campanha;

e) A experiência de outros municípios da região que possuem contratos similares com duração anual e escopo equivalente.

Por se tratar de contrato de natureza intelectual, onde o conteúdo, formato e quantidade das entregas variam conforme a estratégia definida em conjunto entre Administração e agência contratada, a contratação deve se dar em regime de prestação contínua mensal, vinculada à demanda e ao planejamento estratégico anual da comunicação institucional.

6. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Foram realizados levantamentos junto a prefeituras da região com contratações similares (Assis Chateaubriand, Medianeira, Missal) e em base de dados como o ComprasGov e o Painel de Preços. A pesquisa revelou a média mensal de serviços contratados por valores entre R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais) mensais, dependendo da amplitude das campanhas e canais utilizados, referenciando-se, também, pela última contratação realizada no município, oriunda do Processo de Licitação nº 45/2014 – TP nº: 02/2014.

Já em consulta ao Sistema Banco de Preços, o valor global para contratações similares, conformidade com a Lei nº12.232/2010, ficou no valor de R\$486.666,67 (Quatrocentos e oitenta e seis mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos), tendo como valor médio mensal de R\$40.555,56 (Quarenta mil, quinhentos e cinquenta e cinco e cinquenta e seis centavos).

7. ESTIMATIVA DE CUSTO TOTAL DA CONTRATAÇÃO

A contratação em questão não se baseia na definição prévia e quantitativa dos produtos e serviços a serem executados ao longo da vigência contratual. Diferentemente das contratações de serviços comuns — caracterizados por tarefas executadas segundo métodos padronizados, protocolos fixos ou técnicas mecânicas —, que se enquadram na modalidade de pregão, os serviços de publicidade possuem natureza eminentemente intelectual. Isso porque exigem, por parte das agências de propaganda, a aplicação de conhecimento técnico e criativo na proposição de soluções estratégicas de comunicação adequadas às necessidades específicas de cada demanda apresentada pela Administração.

Diante dessas características, torna-se inviável a elaboração de planilhas com quantitativos e preços unitários estimados, uma vez que a definição dos produtos e serviços a serem executados depende da aprovação e do desenvolvimento de estratégias publicitárias específicas para cada campanha ou ação institucional. Nem mesmo o Planejamento Estratégico de Comunicação, elaborado anualmente pela Administração, permite a antecipação precisa dessas quantidades, pois as peças e serviços a serem utilizados variam conforme as abordagens criativas e os meios escolhidos pelas agências, adaptando-se às circunstâncias políticas, sociais e econômicas enfrentadas pelo Município.

Nesse contexto, a publicidade institucional atua como instrumento dinâmico, sendo essencial para a superação dos desafios de comunicação vivenciados no dia a dia pela Administração Pública, os quais são, por natureza, voláteis e imprevisíveis.

Assim, a estimativa do valor global da contratação deve considerar a experiência do Município com contratos similares anteriores, bem como as expectativas de volume, porte e alcance das ações publicitárias a serem desenvolvidas. Para tanto, conforme o disposto no inciso VI do § 10 do art. 18 da Lei nº 14.133/2021, essa estimativa pode vir acompanhada de memórias de cálculo e documentos que embasem a definição do

valor, os quais poderão ser mantidos em anexo sigiloso até o encerramento da fase licitatória, caso a Administração assim entenda necessário.

Além disso, conforme prevê o art. 14 da Lei nº 12.232/2010, no fornecimento de bens e serviços especializados pelas agências de publicidade, exige-se a apresentação de, no mínimo, três orçamentos obtidos junto a fornecedores do ramo. Para a aquisição de espaços e tempos publicitários junto a veículos de mídia, aplicam-se os valores constantes em tabelas de preços públicas, com os respectivos descontos previamente pactuados, conforme previsto no art. 15 da referida legislação.

Dessa forma, a construção do valor estimado para esta contratação deve se apoiar tanto em dados históricos das contratações realizadas pela Divisão de Comunicação e Imprensa, quanto na projeção realista das demandas futuras, garantindo que o montante fixado seja compatível com a efetiva necessidade de comunicação institucional do Município de Matelândia.

Contudo, com base no último processo licitatório vigente no município (Processo de Licitação nº 45/2014 – TP nº: 02/2014), o valor homologado se deu no importe de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), o que corresponde atualmente, corrigido pela Selic acumulada anual, no montante de R\$ 409.147,54 (quatrocentos e nove mil, cento e quarenta e sete reais com cinquenta e quatro centavos), senão, vejamos:

Cálculo de atualização monetária

[Voltar](#) [Versão para Impressão](#)

Dados básicos informados para cálculo	
Descrição do cálculo	
Valor Nominal	R\$ 150.000,00
Indexador e metodologia de cálculo	SELIC ACUMULADO MENSAL (% a.m.) - Calculado pro-rata die.
Período da correção	12/05/2014 a 01/06/2025
Dados calculados	
Fator de correção do período	4038 dias 2,727650
Percentual correspondente	4038 dias 172,765028 %
Valor corrigido para 01/06/2025	(=) R\$ 409.147,54
Sub Total	(=) R\$ 409.147,54
Valor total	(=) R\$ 409.147,54²

Foi realizado ainda, levantamento junto a prefeituras da região com contratações similares (Assis Chateaubriand, Medianeira, Missal) e em base de dados como o ComprasGov e o Painel de Preços. A pesquisa revelou a média anual de serviços contratados em R\$ 540.000,00 (quinhentos e quarenta mil reais) anuais, dependendo da amplitude das campanhas e canais utilizados. Já no Sistema Banco de Preços a contratação teve como preço médio o valor de R\$326.941,55 (Trezentos e vinte e seis mil, novecentos e quarenta e um reais e cinquenta e cinco centavos).

Após a realização do levantamento de mercado, chegou-se aos seguintes valores:

Município	Valor Estimado/ano	Processo Licitatório
Medianeira³	R\$ 470.000,00	Concorrência N.º 01/2022
Missal⁴	R\$ 250.000,00	Tomada de Preços 8/2023
Assis Chateaubriand⁵	R\$ 900.000,00	Concorrência N.º 05/2024

²

<https://drcalc.net/correcao2.asp?descricao=&valor=150000%2C00&diainiSelect=12&mesiniSelect=5&anoiniSelect=2014&diafimSelect=1&mesfimSelect=6&anofimSelect=2025&prorata=s&indice=62&juro=0%2C00&periodojuro=m&capitalizacao=c&inicialjuros=&finaljuros=&multa=0%2C00&honorario=0%2C00&Executar2=Executar+o+c%Elculo&ml=Calc&it=3>

³ <https://www.medianeira.pr.gov.br/?compras&modalidade=1&ano=2022&p=1>

⁴ <https://transparencia.missal.pr.gov.br/licitacoes>

Sistema Banco de Preços	R\$326.941,55	-
Média R\$486.735,38		

Para a definição do valor estimado da futura contratação, optou-se pela utilização da Média Saneada, excluindo-se contratações cujos valores mostravam-se discrepantes em relação à realidade orçamentária deste Município.

A estimativa de custos para a presente contratação foi obtida através da média aritmética entre contratações de municípios de porte e perfil socioeconômico similares (Medianeira e Missal) e a base de dados do Sistema Banco de Preços/Federal, resultando no valor de R\$ 348.980,52 (Trezentos e quarenta e oito mil, novecentos e oitenta reais e cinquenta e dois centavos).

Diante da natureza do objeto — prestação de serviços de publicidade e propaganda —, que envolve oscilações de tabelas de veículos de comunicação e a necessidade de cobertura para eventuais campanhas emergenciais, a Administração fixou o valor global em R\$ 350.000,00 (Trezentos e cinquenta mil reais).

Este arredondamento (inferior a 0,3% do valor médio calculado) justifica-se pela necessidade de garantir a exequibilidade do contrato durante todo o período de 12 meses, conferindo margem mínima para a variação de custos de produção técnica e veiculação de mídia, sem ferir os parâmetros de mercado apurados.

Importante destacar que, em razão da natureza intelectual do objeto, **não é possível estabelecer previamente um orçamento baseado em planilhas de quantitativos e preços unitários, como se faz nas contratações de serviços comuns. A mensuração precisa do custo depende diretamente das soluções publicitárias que serão demandadas e aprovadas durante a execução contratual, conforme cada campanha.**

Para fins de referência, o valor estimado considera:

- a. A execução de campanhas institucionais regulares e emergenciais;
- b. Os custos médios de veiculação em mídias regionais e nacionais (rádio, TV, impressos e digitais);
- c. As despesas com criação, produção técnica e finalização das peças publicitárias;
- d. Os percentuais de desconto previstos nas tabelas dos veículos de comunicação;
- e. Os valores praticados por municípios de porte semelhante;
- f. A capacidade orçamentária da Secretaria de Governo, conforme dotação específica já prevista no orçamento vigente.

Com base nesses critérios, o valor global estimado da contratação anual é de:

R\$ 350.000,00 (Trezentos e cinquenta mil reais)

Justificativa técnica:

Esse valor busca refletir o volume e a complexidade das demandas de comunicação da Administração Municipal, com projeção de atendimento mensal das necessidades institucionais, considerando a necessidade de informar e conscientizar a população sobre políticas públicas; Garantir a publicidade legal e institucional dos atos do governo; Atuar de forma preventiva em campanhas de saúde, meio ambiente, arrecadação e eventos oficiais; Fortalecer o vínculo entre o poder público e a sociedade.

Além disso, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, os orçamentos específicos para a execução das peças publicitárias deverão ser apresentados pelas agências contratadas com, no mínimo, três cotações de

⁵https://www.ingadigital.com.br/transparencia/index.php?id_cliente=60&sessao=2a726a49f81c2a&id=23377165

fornecedores ou baseados em tabelas comerciais dos veículos de mídia, conforme o art. 15 da mesma lei, resguardando o controle e a transparência nos gastos públicos.

Portanto, a estimativa atende ao princípio da razoabilidade, garante previsibilidade orçamentária e está de acordo com as diretrizes legais, técnicas e operacionais aplicáveis à espécie.

8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A análise das contratações anteriormente referidas no âmbito dos serviços de publicidade institucional, firmadas com respaldo na Lei nº 12.232/2010, revela um conjunto significativo de aprendizados e diretrizes que orientam a modelagem da presente contratação. Tais contratações, além de atenderem aos parâmetros legais, permitiram a construção de um arcabouço de práticas administrativas que hoje se mostram indispensáveis à estruturação de uma política de comunicação pública estratégica, transparente e eficiente.

Para tal serviço, é exigido dinâmica de execução contratual mantidas com as agências contratadas para o atingimento da performance dos serviços prestados, a efetividade das campanhas realizadas, bem como o grau de conformidade com as recomendações emitidas pelos órgãos de controle externo e interno, especialmente quanto à observância da economicidade, da padronização de procedimentos e da mensuração de resultados.

Identificou-se, nesse contexto, a necessidade de aprimorar a gestão contratual com foco em dois eixos principais: (i) a **melhoria na definição do escopo e dos limites do objeto contratual**, de modo a evitar ambiguidades e ampliar a segurança jurídica na execução; e (ii) o **reforço aos mecanismos de controle e acompanhamento**, com vistas à maior rastreabilidade, transparência e eficiência das ações publicitárias desenvolvidas.

Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, os contratos de publicidade celebrados pela Administração Pública devem contemplar um conjunto integrado de ações que envolvem o estudo, o planejamento, a criação, a produção e a veiculação de campanhas institucionais, bem como a supervisão de sua execução junto aos meios de comunicação. A finalidade dessas ações é promover, com base técnica e criativa, bens, serviços, programas e informações de interesse público — respeitando, sempre, os princípios da impessoalidade e do interesse coletivo.⁶

O §1º do mesmo artigo autoriza, ainda, a inclusão de serviços especializados diretamente vinculados ao objeto contratual, como:

- A realização de pesquisas e diagnósticos sobre público-alvo, efetividade de campanhas e adequação de meios e canais utilizados;

⁶ Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. § 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, 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.

-
- A produção técnica e execução de peças publicitárias, considerando a diversidade de linguagens e suportes (audiovisual, impresso, digital etc.);
-
- A criação de soluções comunicacionais inovadoras, especialmente em consonância com as novas tecnologias e tendências de consumo de informação.
-

Por outro lado, o §2º do art. 2º estabelece com clareza os **limites objetivos da contratação**, proibindo a inclusão de atividades que não guardem relação direta com a publicidade institucional, tais como assessoria de imprensa, organização de eventos festivos ou serviços de relações públicas, os quais devem ser contratados por vias próprias, quando necessário.

O art. 3º da referida lei, por sua vez, restringe a execução de pesquisas e avaliações ao escopo de mensuração da efetividade das campanhas publicitárias contratadas, sendo vedada qualquer atividade que não mantenha nexos temáticos diretos com os objetivos comunicacionais traçados pela Administração.

Diante desse marco legal e da experiência obtida, a solução proposta para esta contratação se estrutura em torno de um modelo jurídico e técnico que privilegia a especialização, a conformidade e a efetividade. Serão incorporadas as boas práticas observadas nas gestões anteriores, com especial atenção à definição clara dos produtos esperados, à valorização da capacidade técnica das agências contratadas e à ampliação dos mecanismos de monitoramento e avaliação.

Além disso, a presente contratação buscará atender às novas demandas de comunicação institucional, marcadas pela crescente presença digital, pela necessidade de diálogo mais transparente com o cidadão e pela exigência de que a comunicação pública cumpra um papel pedagógico, educativo e de mobilização social.

Trata-se, portanto, de uma contratação voltada não apenas à veiculação de conteúdos, mas à **promoção da cidadania, à ampliação do acesso à informação de qualidade e à valorização da imagem institucional do Município**, em conformidade com os princípios constitucionais da publicidade e da eficiência.

9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

Os itens pretendidos possuem natureza divisível, devendo ser realizada a contratação de forma parcelada.

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

10. RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade institucional, por meio de agências de propaganda legalmente selecionadas, o Município de Matelândia, por intermédio de sua Divisão de Comunicação e Imprensa, visa fortalecer o cumprimento de sua missão institucional, conferindo maior efetividade e profissionalismo à difusão dos atos, programas, campanhas e políticas públicas. O objetivo central é qualificar os processos de comunicação governamental, garantindo maior eficiência, tempestividade e racionalidade na utilização dos recursos públicos destinados à publicidade.

A presença de uma agência de publicidade contratada confere à administração pública o acesso a uma estrutura especializada e multidisciplinar, composta por profissionais com expertise técnica e criativa,

capazes de oferecer soluções publicitárias alinhadas às especificidades de cada demanda governamental. Essa qualificação profissional promove não apenas o aprimoramento das peças e campanhas desenvolvidas, mas amplia a capacidade institucional de dialogar de forma clara, eficiente e estratégica com a sociedade.

Além da qualidade técnica das peças publicitárias, destaca-se o ganho em celeridade procedimental, uma vez que a agência contratada passa a ser responsável pela intermediação e supervisão das contratações acessórias, como fornecedores gráficos, produtores audiovisuais, estúdios, locadoras de equipamentos e veículos de comunicação — racionalizando o processo e evitando atrasos na execução das campanhas. Essa dinâmica permite ao Município responder com agilidade às necessidades emergenciais de comunicação, como campanhas de saúde pública, alertas de utilidade coletiva ou ações institucionais com prazos críticos.

Ademais, os serviços de publicidade contratados têm papel fundamental na valorização da transparência, na medida em que contribuem para dar visibilidade aos atos da Administração Pública, ampliar o acesso à informação pela população e promover o controle social sobre a aplicação dos recursos públicos. A publicidade institucional, quando bem planejada e executada, torna-se um instrumento de cidadania, possibilitando que o cidadão compreenda, acompanhe e usufrua dos serviços oferecidos pelo Município.

Importa frisar que a publicidade pública não se limita à divulgação institucional, mas também assume funções de caráter educativo, orientador e mobilizador, estimulando comportamentos sociais positivos, incentivando a participação comunitária e contribuindo para o fortalecimento da identidade local. Trata-se, portanto, de um instrumento de governança democrática, cujo planejamento e execução devem atender às diretrizes legais e aos princípios constitucionais da administração pública, especialmente os da publicidade, impessoalidade, moralidade e eficiência.

Assim, a contratação de agência de publicidade pela Administração Municipal de Matelândia traduz-se como medida necessária e estratégica para consolidar uma política de comunicação pública qualificada, que atenda aos anseios sociais por informação clara, tempestiva e confiável, ao mesmo tempo em que otimiza os investimentos públicos e reforça o papel institucional do Município no exercício transparente e participativo da gestão.

Portanto, a contratação ainda se coaduna com os resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis (inciso IX do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

11. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO

O Município de Matelândia dispõe de área técnica responsável pelo desenvolvimento das ações publicitárias, a qual realiza diariamente o relacionamento com as agências de propaganda contratadas. Essa relação já está consolidada nas rotinas de trabalho nas Divisões de Comunicação e Imprensa da Secretaria de Governo havendo necessidade de **capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com as agências de propaganda e na gestão e fiscalização dos contratos (inciso X do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).**

12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INDEPENDENTES

Destaca-se, ainda, que será constituída, nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, uma Subcomissão Técnica, composta por profissionais com formação ou experiência comprovada nas áreas de comunicação, publicidade, marketing ou afins, com a finalidade de realizar a análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas pelas agências de propaganda participantes do certame.

A formação da Subcomissão Técnica observará critérios objetivos de qualificação e isenção, assegurando total imparcialidade, transparência e rigor técnico no processo de seleção da proposta mais vantajosa para o Município. Essa comissão especializada será essencial para garantir que a escolha da

agência contratada se fundamente em critérios de qualidade, criatividade, compatibilidade com os objetivos institucionais e capacidade de execução das campanhas previstas.

Importa ressaltar que a atuação dos membros da Subcomissão não implicará qualquer custo adicional ao erário municipal, pois será composta por servidores públicos ou profissionais indicados sem remuneração específica para tal função, em consonância com os princípios da economicidade e da eficiência administrativa.

13. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

A presente contratação não envolve impactos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas. (inciso XII do § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133/21).

14. ANÁLISE DE RISCO

De acordo com o Decreto Municipal nº 4.119/2023, art. 6º, §2º: *“A Administração, independentemente da formulação ou implementação de matriz de risco, deverá proceder a uma análise dos riscos que possam comprometer o sucesso da licitação ou da contratação direta e da boa execução contratual.*

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

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

A seguir, apresenta-se o Mapa de Gerenciamento de Riscos da presente contratação, estruturado conforme os princípios de governança estabelecidos no Decreto Municipal nº 4.119/2023, observando os potenciais riscos em todas as fases do processo: planejamento, seleção do fornecedor e execução contratual.

Metodologia Adotada

A avaliação de riscos considera dois eixos:

Probabilidade de ocorrência: classificada como Baixa (B), Média (M) ou Alta (A).

Impacto sobre o resultado da contratação: classificado como Leve (L), Moderado (M) ou Grave (G).

A combinação de ambos gera uma classificação do nível de risco: Aceitável, Moderado ou Crítico.

N	Fase	Risco Identificado	Probabilidade	Impacto	Nível de Risco	Medidas Preventivas
1	Planejamento	Definição imprecisa do escopo do contrato	M	M	Moderado	Revisão técnica detalhada do Termo de Referência com suporte jurídico e técnico; consulta ao histórico de contratações



MUNICÍPIO DE
MATELÂNDIA

						locais e regionais.
2	Seleção	Inabilitação de agências por critérios subjetivos na proposta técnica	M	M	Moderado	Composição de Subcomissão Técnica qualificada, com critérios objetivos e fundamentados na Lei nº 12.232/2010.
3	Seleção	Participação limitada de empresas qualificadas (baixa concorrência)	M	M	Moderado	Divulgação ampla do certame, incluindo mídia especializada e transparência no edital.
4	Execução	Atraso na entrega de campanhas por falhas na coordenação da agência	M	M	Moderado	Cronograma claro com prazos pactuados; acompanhamento sistemático pela Divisão de Comunicação.
5	Execução	Produção de materiais com desconformidade legal (ex: promoção pessoal, conteúdo inadequado)	B	G	Moderado	Revisão prévia de comunicação antes da veiculação.
6	Execução	Dificuldade na mensuração dos resultados das campanhas	M	M	Moderado	Previsão contratual de indicadores de desempenho e relatório técnico de avaliação por campanha.



7	Gestão	Desatualização ou ausência de tabelas de preços dos veículos de comunicação	M	G	Crítico	Conferência periódica das tabelas de preços; exigência de comprovação da tabela vigente pelo fornecedor.
8	Gestão	Execução de serviços não previstos contratualmente	M	M	Moderado	Delimitação rigorosa do objeto e exigência de autorização prévia da Administração para ações extraordinárias.

15. CONCLUSÃO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

A presente contratação tem por finalidade estruturar, de forma técnica e legalmente adequada, a prestação de serviços publicitários por meio de agência especializada, nos termos da Lei nº 12.232/2010, que rege as contratações dessa natureza no âmbito da Administração Pública.

A análise das contratações anteriores e vigentes permitiu identificar que os serviços de publicidade institucional são essenciais para garantir a transparência dos atos de governo, fortalecer a comunicação com a sociedade e divulgar as políticas públicas, programas e serviços oferecidos à população. Com base nessas experiências, constatou-se a necessidade de aperfeiçoar a modelagem da contratação, buscando melhor alinhamento às boas práticas de governança, legalidade, eficiência e economicidade.

Dessa forma, a contratação proposta está fundamentada na observância de diversos critérios objetivos que asseguram sua viabilidade e sua relevância estratégica:

Orçamento Específico e Viabilidade Financeira: A contratação será custeada com recursos orçamentários próprios, já alocados no âmbito da Secretaria de Governo, especificamente destinados à execução das ações de comunicação institucional. Tal previsão garante a adequação orçamentária e financeira exigida pela Lei nº 14.133/2021, sem comprometer outros programas ou compromissos da administração municipal.

Competência Institucional e Capacidade Técnica: A execução do contrato está compatível com as competências legais e regimentais da Secretaria de Governo, que detém a atribuição de coordenar e executar a política de comunicação institucional do Município. A Secretaria conta com uma estrutura técnica própria, por meio do Departamento de Comunicação e Imprensa, composta por servidores qualificados e com experiência na gestão, acompanhamento e fiscalização de contratos dessa natureza. Essa estrutura está capacitada para interagir tecnicamente com as agências de publicidade, validar materiais, acompanhar cronogramas e garantir a aderência às diretrizes legais e institucionais.

Instrumento de Comunicação Estratégica: A contratação visa ampliar a eficácia da comunicação institucional, assegurando que os serviços prestados pelas agências contratadas contribuam para educar, informar e mobilizar a população, conforme prevê o art. 37, caput, da Constituição Federal, que impõe à Administração Pública o dever de publicidade e transparência de seus atos.

Soluções Criativas e Inovadoras: Por meio da atuação das agências de propaganda, será possível desenvolver campanhas de alto impacto, com soluções criativas, técnicas inovadoras e linguagem adequada a diferentes públicos e canais de comunicação (digitais, impressos, audiovisuais e comunitários), ampliando o alcance das mensagens institucionais.

Celeridade e Eficiência na Execução: A atuação das agências contratadas também viabiliza maior agilidade operacional, pois essas se responsabilizam pela intermediação com fornecedores especializados e veículos de comunicação, otimizando os fluxos de produção, veiculação e supervisão das campanhas, sem onerar a estrutura administrativa do Município.

Controle e Conformidade: Todo o processo licitatório e a execução contratual seguirão as orientações dos órgãos de controle, com destaque para a formação de Subcomissão Técnica, nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, garantindo análise técnica isenta das propostas, e para a implementação de um Mapa de Riscos contratual, em conformidade com o Decreto Municipal nº 4.119/2023, o que fortalece a gestão do contrato e a mitigação de riscos operacionais e legais.

Portanto, a solução proposta é plenamente viável, eficaz e alinhada às diretrizes legais e administrativas vigentes, representando um instrumento estratégico de governança comunicacional, com impacto direto na transparência pública, na valorização da cidadania e no uso responsável dos recursos municipais.

Matelândia-PR, 24 de abril de 2026.

RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO ESTUDO

Amarildo Gabriel de Castro
Assistente Administrativo/Assessor de Contratação

APROVAÇÃO PELO ORDENADOR DA DESPESA

Maurício Ampessan
Secretário Municipal de Governo, Controladoria e Procuradoria

1. DO OBJETO E DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. É entendimento consolidado que os serviços prestados de forma continuada são aqueles cuja execução permanente e ininterrupta se mostra indispensável à garantia da continuidade da atividade administrativa, à preservação do patrimônio público ou à efetivação das funções institucionais dos órgãos e entidades públicas, extrapolando, inclusive, o limite de um exercício financeiro. Em se tratando da comunicação institucional do Município de Matelândia, observa-se que a interrupção dos serviços publicitários, realizados por meio de agências de propaganda, comprometeria a regularidade da divulgação dos atos administrativos, em flagrante prejuízo ao princípio da publicidade previsto no §1º do art. 37 da Constituição Federal, que impõe à Administração o dever de dar transparência às suas ações, garantindo à sociedade o pleno acesso à informação.

1.2. A atuação das agências de publicidade contratadas viabiliza a execução técnica e especializada de peças, campanhas e projetos de comunicação institucional, por meio da intermediação de fornecedores e da veiculação junto aos diversos meios de comunicação. A publicidade governamental, além de cumprir uma função legal, possui papel estratégico na promoção do relacionamento entre o governo municipal e a população, contribuindo para a transparência, a orientação do cidadão e o fortalecimento da imagem institucional. Nesse contexto, mostra-se pertinente a previsão, no instrumento convocatório, da possibilidade de prorrogação do contrato por períodos sucessivos, limitada ao prazo legal de até 10 (dez) anos, conforme jurisprudência administrativa e experiências exitosas em contratações anteriores.

1.3. A presente contratação tem por objeto a prestação de serviços técnicos especializados de publicidade, abrangendo o conjunto integrado de atividades de estudo, planejamento, concepção, criação, produção, intermediação, supervisão e veiculação de campanhas publicitárias e demais peças de comunicação institucional. Tais ações visam dar visibilidade aos atos oficiais, programas, serviços e iniciativas desenvolvidas pelo Município de Matelândia – PR, promovendo a adequada informação à população, o fortalecimento da cidadania e a melhoria da qualidade de vida, por meio de estratégias de divulgação direcionadas a veículos de imprensa com atuação e audiência significativa na região, nos termos do Estudo Técnico Preliminar (Anexo I).

1.3.1. Os serviços objeto desta contratação serão executados de forma continuada, com possibilidade de prorrogação contratual, conforme permissivo legal, uma vez que atendem a necessidades públicas permanentes e essenciais ao cumprimento das finalidades institucionais do Município. A eventual descontinuidade desses serviços comprometeria diretamente a difusão de informações oficiais e a adequada comunicação entre o Poder Público e a sociedade, o que impactaria na efetiva prestação dos serviços públicos e no desempenho das funções governamentais.

1.4. A presente contratação compreende exclusivamente a execução de ações de publicidade institucional e de utilidade pública, relativas a temas e assuntos de interesse do Município de Matelândia, nos estritos termos do § 1º do art. 37 da Constituição Federal e da Lei nº 12.232/2010, observando os limites legais e os princípios da administração pública.

1.5. Os serviços objeto desta contratação são caracterizados como **intelectuais**, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.



1.6. A contratação se dará com 01 (uma) agência de publicidade e propaganda, regularmente constituída e em conformidade com os preceitos da Lei nº 4.680/1965, que regulamenta a atividade publicitária no país, e devidamente habilitada nos termos da Lei nº 12.232/2010, com apresentação do certificado de qualificação técnica exigido para o exercício das atividades pretendidas.

1.7. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de publicidade e propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n. 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.

1.8. É expressamente vedada a subcontratação de outra agência de publicidade para a execução das atividades de concepção, criação e desenvolvimento das peças publicitárias, nos termos do art. 122, §2º da Lei nº 14.133/2021, devendo tais atribuições ser desempenhadas integralmente pela empresa contratada, assegurando-se a responsabilidade técnica direta pelos serviços prestados, , com exceção da contratação de fornecedores especializados (ex.: gráfica, produtoras de áudio/vídeo), previstos pela Lei 12.232/2010.

1.9. Os serviços a serem contratados limitar-se-ão às atividades previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, que incluem o planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias. Fica vedada a inclusão de atividades estranhas ao objeto legal, especialmente as de assessoria de imprensa, comunicação institucional, relações públicas e organização de eventos de caráter festivo ou cerimonial.

1.10. Considerando o valor estimado da contratação, será adotada a modalidade **Concorrência**, nos termos do art. 29 da Lei nº 14.133/2021. Quanto ao tipo de julgamento, adotar-se-á o **critério de "técnica e preço"**, conforme estabelecido no art. 6º, inciso I, da Lei nº 14.133/2021 e no art. 50 da Lei nº 12.232/2010, por se tratar de serviço de natureza predominantemente intelectual. Esta escolha visa assegurar a seleção da proposta mais vantajosa, conciliando excelência técnica com economicidade, mediante avaliação das propostas qualificadas tecnicamente.

1.11. As disposições constantes da Lei nº 12.232/2010 aplicam-se integralmente à presente contratação, ainda que não transcritas expressamente no instrumento convocatório, devendo ser integralmente observadas pela empresa licitante e, posteriormente, pela contratada.

1.12. A contratação dos serviços publicitários não ensejará, em qualquer hipótese, vínculo empregatício entre os profissionais da agência contratada e a Administração Pública, sendo vedada qualquer relação que caracterize subordinação direta, pessoalidade ou habitualidade, conforme regime jurídico da contratação pública.

1.13. Estimativa de Valor Contratual: Com base em levantamento da demanda institucional e no histórico de contratações similares, o valor referencial estimado para o período de 12 (doze) meses é de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), valor este compatível com os preços de mercado e com a projeção das necessidades comunicacionais do Município.

1.14. No valor acima mencionado estão incluídos todos os encargos incidentes sobre a prestação dos serviços, inclusive tributos, obrigações trabalhistas, sociais, previdenciários e outros;

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

1.16. O prazo de VALIDADE do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por interesse das partes, até o limite de até 10 (dez) anos, com base no artigo 107 e 108, da Lei de Licitações.

1.17. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo, conforme Decreto Municipal nº 4.124/2023.

1.18. Os bens objeto desta contratação são caracterizados como intelectuais, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.19. O prazo de vigência da contratação é de 01 (um) ano, contados da data de assinatura do respectivo contrato administrativo, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

1.20. O contrato oferecerá maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A fundamentação da contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada no item 2 do Estudo Técnico Preliminar (anexo I).

2.2. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual de 2025.

2.3. O município enfrenta sérias dificuldades de comunicação, com uma estrutura insuficiente para atender às crescentes demandas por informação e transparência dos cidadãos. A falta de profissionais e ferramentas adequadas resulta em uma comunicação fragmentada e ineficiente, dificultando a divulgação de campanhas importantes, como as de saúde e serviços públicos. Para resolver essa situação, o Município busca contratar uma agência de publicidade especializada. A parceria visa aprimorar a comunicação institucional, garantindo mais agilidade e qualidade na disseminação de informações, fortalecendo a relação com a população e atendendo às normas legais, o que, por sua vez, eleva a imagem do governo e promove uma gestão mais transparente e participativa.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERANDO O CICLO DE VIDA DO OBJETO E ESPECIFICAÇÃO DO PRODUTO

3.1. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada no tópico 8 do Estudo Técnico Preliminar (Anexo I).

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Além dos requisitos elencados no item 4, do Estudo Técnico Preliminar (anexo I), nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda, que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda. A definição pela contratação de UMA ÚNICA agência de propaganda considera o valor total contratual estimado para o período de 12 (doze) meses de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), tendo em vista o volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas à contratada, com os recursos destinados para

esse fim. O valor de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), se mostra adequado para as divulgações nas mídias para assim informar amplamente a população das ações realizadas. Vale ressaltar a importância da divulgação de diversas campanhas ao longo do ano. Como mencionado, campanhas como, Dengue, Investimentos, Alvará, ISS fixo, Agricultura, ISSQN, Vacinação Bivalente, Eleição do Conselho Tutelar, IPTU, Agência do Trabalhador destaque em geração de emprego no Paraná, Maio Laranja, Feirão de Empregos, Informação sobre castração, obras, Aniversário do município, Agosto Azul - Campanha sobre prevenção do câncer de próstata, Setembro Amarelo, Família Acolhedora, Eventos, Outubro Rosa, Campanhas de Vacinação, prestação de contas das ações de governo e demais orientações institucionais.

4.2. Apresentação Dos Documentos e Das Propostas

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

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

4.2.3. A proposta técnica deverá: Ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, sendo que: O invólucro nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária. O invólucro nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária. O invólucro nº 3 deverá conter as demais informações integrantes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento; Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação). A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras. A proposta técnica abrange o Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no **briefing**, e de um conjunto de informações referentes ao proponente, nos termos do artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado pelos licitantes em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação. Com exceção das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, o formato para apresentação do plano de comunicação publicitária deverá obedecer ao modelo padrão citado. Para efeito de avaliação e elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a licitante deverá: apresentar uma campanha institucional simulada de acordo com o briefing, conforme Anexo, com verba compatível e duração de 30 (trinta) dias, incluindo todos os fatores componentes

das despesas, desde custos de criação, produção, serviços de terceiros, veiculação, honorários etc. A Simulação da Campanha Publicitária deverá observar os seguintes pontos: Ficam a critério da licitante os veículos a serem considerados na simulação de mídia. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético “MATELÂNDIA AVANÇA COM VOCÊ”.

4.2.4. A nota máxima da Proposta Técnica será de 70 (setenta) pontos, distribuídos conforme os seguintes critérios: Raciocínio Básico: até 10 pontos (clareza na identificação dos objetivos de comunicação, pertinência do diagnóstico em relação ao briefing e coerência entre problema e solução proposta); Estratégia de Comunicação: até 10 pontos (alinhamento ao briefing, apresentação de estratégias distintas e consistência lógica); Ideia Criativa: até 25 pontos (adequação ao briefing, criatividade, originalidade e viabilidade técnica da execução dentro da verba de R\$ 70.000,00); Estratégia de Mídia e Não Mídia: até 15 pontos (coerência da distribuição da verba, justificativa dos meios escolhidos e compatibilidade com o público-alvo); Capacidade de Atendimento: até 5 pontos; Repertório: até 3 pontos; Relato de Solução de Problema de Comunicação: até 2 pontos.

4.2.5. Para fins de cálculo da distribuição de verba para a produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de R\$ 70.000,00 mil (Setenta mil reais). Na campanha simulada, as licitantes deverão utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços, vigente, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO), os preços de tabelas praticados pelos veículos de comunicação (valores brutos) e honorários de 15% sobre produção, sem aplicar desconto sobre os valores a serem praticados pelos proponentes. Os preços de tabelas praticados pelos veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia bruta, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Com relação a campanha publicitária simulada vencedora, fica a critério do Contratante decidir pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

4.2.6. Serão desclassificadas as propostas que não apresentarem campanha simulada com verba máxima de R\$ 70.000,00 mil (Setenta mil reais), ou que descumprirem as regras de apresentação definidas neste Termo de Referência e no edital.

4.3. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - O Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, deve ser apresentado:

a. O Plano deverá ser apresentado em volume único, encadernado com espiral preto no lado esquerdo;

b. A capa e a contracapa devem ser confeccionadas em papel branco formato A4, com gramatura entre 75 g/m² e 90 g/m², sem qualquer tipo de inscrição ou identificação.

c. O conteúdo interno deverá ser impresso também em papel A4 branco, respeitando a orientação retrato, com as seguintes margens: 3 cm à esquerda e no topo e 2 cm à direita e na parte inferior, medidas a partir das bordas da folha.

d. O corpo do texto deverá ser redigido com espaçamento simples entre linhas, aplicando-se espaço duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.

e. Não deverá haver recuos nos parágrafos ou linhas subsequentes.

f. O texto deve estar justificado e utilizar a fonte Arial, cor preta, tamanho 12, com estilo normal (não negrito, sublinhado ou em caixa alta).

g. A numeração das páginas deve ser feita em algarismos arábicos, posicionada de forma padronizada, iniciando-se na primeira página interna.

h. Não poderá haver qualquer elemento de identificação da proponente.

4.3.1. Conteúdo Obrigatório do Plano de Comunicação Publicitária

4.3.1.1. O conteúdo deverá contemplar os seguintes subquestos:

4.3.1.1.1. Raciocínio Básico: Deverá ser apresentado sob forma textual, em até duas laudas, com até 30 linhas por página, em papel A4. A proponente deverá demonstrar sua compreensão das informações fornecidas no briefing, analisando as necessidades de comunicação do Município de Matelândia, seu entendimento do objeto licitado e os desafios envolvidos, com os seguintes critérios:

- a. Identificação de características relevantes da administração pública para fins de comunicação;
- b. Compreensão das relações entre o ente público e sua população;
- c. Visão sobre o papel institucional do Município no cenário local (social, político e econômico).

4.3.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária - Apresentada em até quatro páginas, com 30 linhas por lauda, em papel A4. A proposta deve defender o caminho estratégico a ser adotado para enfrentar os desafios identificados, com base nos objetivos do Município, com os seguintes critérios:

- a. Aderência do conceito e tema proposto à realidade do Município;
- b. Consistência argumentativa e alinhamento com o briefing;
- c. Potencial de engajamento do público-alvo;
- d. Capacidade de gerar percepção positiva da administração pública.

4.3.1.1.3. Ideia Criativa - Deve responder aos desafios apontados na estratégia publicitária. Apresentada em até quatro laudas, com até 30 linhas por página, além de exemplos de peças publicitárias, conforme especificado abaixo.

- a. Clareza e pertinência da solução apresentada;
- b. Potencial multiplicador e interpretativo da ideia central;
- c. Originalidade e aplicabilidade prática;

- d. Coesão na linguagem e nas peças;
- e. Capacidade de dialogar com o público-alvo e refletir a missão institucional.

4.3.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - Deverá ser apresentada por meio de textos, tabelas, gráficos e planilhas, acompanhadas de quadro resumo com identificação das peças, estimativa de inserções, distribuição, volume e respectivos custos e terão os seguintes critérios de avaliação:

- a. Adequação entre os veículos de comunicação e os objetivos do Município;
- b. Coerência entre o meio escolhido e o público-alvo;
- c. Conhecimento dos hábitos midiáticos da população local;
- d. Compatibilidade entre o plano de mídia e a estratégia de comunicação;
- e. Eficiência na aplicação de recursos, utilizando mídias segmentadas, alternativas e de massa.

4.3.1.1.5. Capacidade de Atendimento - Este item deverá ser apresentado em caderno específico, formato A4 (ou A3 dobrado), fonte Arial 14, orientação retrato, páginas numeradas e rubricadas, com assinatura do responsável legal ao final. Deve conter:

- a. Lista de profissionais disponíveis para o contrato, acompanhada de currículo resumido com nome, formação e experiência;
- b. Descrição da metodologia de atendimento, indicando tarefas, prazos e dinâmica de execução da campanha e plano de mídia;
- c. Declaração sobre a estrutura técnica e operacional da proponente para cumprir os compromissos do contrato (em até uma lauda);
- d. Relação de clientes já atendidos, preferencialmente no setor público.

4.3.1.1.6. Repertório de Peças Publicitárias - Deverá ser entregue em caderno próprio, com a mesma formatação da Capacidade de Atendimento. A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças ou materiais publicitários já veiculados, independentemente do tipo ou do canal de comunicação utilizado, desde que não vinculados a contratos anteriores com o Município de Matelândia. São aceitos trabalhos realizados para órgãos e entidades públicas de quaisquer entes federativos. As peças devem ser apresentadas em arquivos digitais (PDF, MP3, MP4), acompanhadas da respectiva ficha técnica, com os seguintes dados:

- a. Nome da agência;
- b. Nome do cliente;

- c. Título da campanha;
- d. Período de veiculação;
- e. Nome de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

4.3.1.1.7. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação - Também em caderno específico, formato A4, fonte Arial 14, com numeração sequencial, rubricas e assinatura do representante legal ao final. Deve ser apresentado um relato, com até duas páginas cada, descrevendo casos concretos de planejamento e execução de soluções para problemas de comunicação enfrentados por seus clientes. As ações devem ter sido executadas a partir de 01/01/2020. Os relato deverão conter:

- a. Descrição da situação-problema;
- b. Estratégia adotada;
- c. Resultados alcançados;
- d. Referendo formal do cliente, com nome empresarial, nome e cargo do signatário e assinatura no final do relato.

4.3.1.1.7.1. É permitida a inclusão de até três peças no relato, nos mesmos moldes do repertório. Devem ser entregues em arquivos digitais (PDF, MP3, MP4) e inseridas ao final de cada caso, sem qualquer sinal identificador.

4.3.1.1.8. Peças obrigatórias (escolher entre as alternativas):

- a. 01 layout para anúncio em jornal ou revista (formato máximo: A3 – somente um deve ser apresentado);
- b. 01 roteiro para comercial de rádio, impresso em papel A4, fonte Arial, tamanho 14, espaçamento simples;
- c. 01 roteiro ou *storyboard* para comercial de TV, nos mesmos moldes acima;
- d. 01 layout para outdoor (formato máximo A3).

4.3.1.1.8.1. As peças deverão ser apresentadas separadamente em pranchas pretas, com dimensão máxima de 42x30 cm (formato A3), sem dobras, numeradas no canto inferior direito e acondicionadas de forma que não danifiquem o conteúdo. As fontes, cores e formatações são livres, desde que não permitam identificação da autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.3.1.1.2. Especificações técnicas adicionais:

- a. As tabelas e gráficos podem ser coloridos e utilizar formatação de fonte padrão para o tipo de documento;
- b. As planilhas podem ser impressas em papel A3 dobrado uma vez, com margem de até 3 mm excedente;
- c. Pode-se utilizar orientação paisagem nas páginas que contiverem esses elementos.

4.3.2. Apresentação das Peças e Documentos – Somente serão aceitas as seguintes peças criativas, conforme os critérios técnicos estabelecidos:

- a. 01 (um) layout publicitário, devendo ser para jornal OU para revista, não sendo permitida a apresentação de ambos. O tamanho máximo admitido é o formato A3;
- b. 01 (um) roteiro para spot de rádio, impresso em papel A4 branco, com fonte Arial, tamanho 14, espaçamento simples;
- c. 01 (um) roteiro para comercial de televisão, podendo ser apresentado como texto ou na forma de *storyboard*, também impresso em A4, fonte Arial, tamanho 14, espaçamento simples;
- d. 01 (um) layout para outdoor, limitado ao tamanho A3.

4.3.1.2. As peças apresentadas como exemplo não poderão conter qualquer elemento identificador, como nome, logotipo, marca, selo, etiqueta ou outro sinal que comprometa o anonimato antes da abertura do Invólucro nº 2. Elas devem ser organizadas em pranchas pretas, de até 42x30 cm, sem dobras, numeradas no canto inferior direito conforme a ordem do caderno. As peças devem ser inseridas no Invólucro nº 1, acondicionadas de modo a garantir sua integridade. É permitida a impressão em cores e a apresentação em tamanho real ou reduzido, desde que mantida a perfeita legibilidade.

4.3.1.3. As planilhas e tabelas podem utilizar cores, formatação de margens e fontes comuns a esse tipo de documento, e poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado uma única vez, desde que a dobra preserve o anonimato da proponente, admitindo-se um excedente máximo de 3 mm fora do caderno. As páginas podem ser dispostas na orientação paisagem, se necessário para a adequada exibição dos dados.

4.3.2. Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada) - A versão identificada do Plano de Comunicação deverá ser idêntica à via anônima, com exceção da inclusão do nome da licitante, bem como assinatura e identificação completa do representante legal ao final do documento. As demais páginas devem ser rubricadas. As peças criativas não devem compor esta via.

4.3.3. O plano de comunicação estabelecerá a pontuação máxima em 70 (setenta) pontos, da seguinte forma:

- a. Raciocínio básico - 10 (dez) pontos.
- b. Estratégia de comunicação publicitária - 10 (dez) pontos.

- c. Ideia criativa -25 (vinte e cinco) pontos.
- d. Estratégia de mídia e não mídia -10 (dez) pontos.
- e. Capacidade de atendimento - 5 (cinco) pontos
- f. Repertório - 5 (cinco) pontos
- g. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação - 5 (cinco) pontos

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

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

4.4. O briefing citado anteriormente, encontra-se pormenorizado no Anexo III.

4.5. Da Proposta de Preços - A proposta comercial a ser apresentada pelas licitantes deverá estar em conformidade com os padrões usuais do mercado, conforme o disposto no inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010. O documento deve abranger, obrigatoriamente, os descontos aplicáveis aos custos internos da agência, bem como os honorários relativos à produção de peças e materiais, nos casos em que a contratação não gere desconto de agência por parte dos veículos de comunicação.

4.4.1. A proposta de preços deverá, sob pena de desclassificação, conter:

a. O percentual de desconto sobre os custos internos de produção, com base na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR, em atenção ao inciso XXI do art. 27 da Constituição Estadual do Paraná;

b. O percentual de abatimento sobre os honorários incidentes sobre a produção de peças publicitárias executadas por terceiros, nos casos em que não houver o desconto padrão de 15% (comissão de agência) concedido pelos veículos de divulgação.

4.4.1.1. A pontuação máxima atribuída à Proposta de Preços será de 30 (trinta) pontos, conforme os seguintes critérios:

a. Desconto sobre custos internos de produção (base: tabela vigente SINAPRO/PR):

PERCENTUAL DE DESCONTO	PONTUAÇÃO
10%	4 pontos
20%	6 pontos
30%	8 pontos
50%	15 pontos

- b. Desconto sobre os honorários de produção de terceiros (referentes à comissão de 15%):

PERCENTUAL DE DESCONTO	PONTUAÇÃO
10%	7 pontos
20%	10 pontos
33,3%	15 pontos

4.4.2. O prazo de validade da proposta será de 60 (sessenta) dias corridos, contados a partir da data de entrega dos envelopes, nos termos do art. 69, §2º, I, da Lei Estadual nº 15.608/2007. Caso necessário, poderá ser solicitada a prorrogação desse prazo, desde que mantidas todas as condições originais, vedada qualquer alteração posterior.

4.4.3. Se a proposta contiver mais de duas casas decimais, os excedentes serão desprezadas, sem prejuízo da obrigatoriedade da licitante em cumprir integralmente o valor ajustado após a retificação.

4.4.4. O valor total proposto deverá contemplar todos os encargos envolvidos na execução do objeto licitado, incluindo, mas não se limitando a: tributos, encargos trabalhistas e previdenciários, taxas, tarifas, custos operacionais, comerciais, logísticos, transporte, armazenamento, seguros, licenciamento e quaisquer outros valores necessários para a completa realização do serviço.

4.4.5. Fica também compreendida no preço ofertado toda e qualquer remuneração que envolva cessão de direitos autorais, seja esta parcial, definitiva ou por prazo determinado.

4.4.6. A proposta será considerada completa e suficiente para o fiel cumprimento do objeto da contratação. Quaisquer alegações posteriores de erro de cálculo, omissões ou interpretações equivocadas não serão admitidas como justificativa para revisão ou acréscimos de valores.

4.4.7. A apresentação da proposta representa a aceitação integral de todas as condições estabelecidas no edital e seus anexos, bem como das normas legais pertinentes. Caso seja declarada vencedora, a licitante compromete-se ao cumprimento irrestrito de todas as obrigações previstas neste certame.

4.5. Comissões Responsáveis pelo Julgamento - Nos termos da Lei nº 12.232/2010, o andamento das etapas do processo licitatório ficará sob responsabilidade de duas instâncias distintas:

a. Comissão Especial de Licitação, a ser regularmente instituída e nomeada, incumbida de conduzir todos os atos procedimentais da licitação;

b. Subcomissão Técnica, designada exclusivamente para a análise e julgamento das Propostas Técnicas, conforme previsão contida nos §§ 1º e 2º do art. 10 da referida lei. Esta Subcomissão será composta por profissionais graduados ou atuantes nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing.

4.5.1. As avaliações das propostas técnicas, das propostas comerciais e da documentação de habilitação deverão observar estritamente os requisitos dispostos na Lei Federal nº 12.232/2010, Lei Estadual

nº 15.608/2007, Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis, além das exigências constantes deste edital e seus anexos.

4.5.2. Serão desclassificadas as propostas que:

a. Não observarem as exigências do edital; Contiverem omissões, imprecisões ou cláusulas que modifiquem as condições estipuladas;

b. Apresentarem condições atreladas a prazos, vantagens ou benefícios alheios ao que foi previsto;

c. Estiverem rasuradas, incorretas, incompletas ou com alterações que dificultem sua avaliação;

d. Apresentarem preços nulos, irrisórios ou manifestamente inexequíveis;

e. Indicarem, de qualquer forma, a autoria da proposta técnica na via não identificada, seja por marcas, etiquetas, sinais, dobras ou qualquer outro recurso que possa comprometer o sigilo exigido até a abertura do respectivo invólucro;

f. Propuserem valores superiores ao orçamento previsto ou praticarem preços incompatíveis com o mercado.

4.5.3. Ressalta-se que a licitação adota o tipo “Técnica e Preço”, sendo considerada vencedora a licitante que alcançar a maior Nota Final (NF), resultante da soma dos pontos obtidos na proposta técnica e na proposta de preços.

4.5.4. As propostas técnicas serão obrigatoriamente avaliadas por uma Subcomissão Técnica composta por no mínimo três membros, sendo que ao menos um terço (1/3) dos integrantes não poderá ter qualquer vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Administração Pública de Matelândia.

4.5.5. A Subcomissão Técnica terá definição por sorteio, a partir de uma lista de interessados que se inscreverem em Chamada Pública que será realizada pelo Município e tramitará concomitantemente ao edital de licitação. A Subcomissão deverá ser oficialmente designada antes da data prevista para a realização da primeira sessão pública do certame. Caso ainda não esteja designada, a Comissão Especial de Licitação reterá os envelopes recebidos na primeira sessão e aguardará a designação da Subcomissão para então submeter as propostas a sua análise.

4.5.6. A designação formal da Subcomissão Técnica deverá ocorrer antes da abertura da primeira sessão pública da licitação. Caso isso não ocorra a tempo, caberá à Comissão Especial de Licitação reter os envelopes recebidos, resguardando sua integridade até que a Subcomissão esteja oficialmente nomeada, momento em que se dará início à análise das propostas técnicas.

5. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS - A minuta contratual observará rigorosamente as disposições da Lei nº 12.232/2010 e da Lei 14.133/2021, assegurando o detalhamento adequado das obrigações e condições inerentes à execução dos serviços publicitários, respeitando a complexidade própria da atividade e os requisitos normativos aplicáveis, conforme Estudo Técnico Preliminar.

6. DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA - A forma de remuneração da empresa contratada observará os seguintes critérios:

6.1. A CONTRATADA perceberá honorários calculados sobre percentual definido na proposta apresentada, incidente sobre os valores referentes à produção de peças e materiais executados por terceiros, desde que haja intermediação direta da contratada, com autorização prévia e expressa da Administração, e desde que tais produções não resultem em concessão do desconto-padrão de agência por parte dos veículos de divulgação.

6.2. A CONTRATADA também fará jus a honorários sobre serviços complementares intermediados, desde que comprovados e previamente autorizados, tais como: assessoramento em ações de patrocínio e promoção, desenvolvimento de pesquisas de mercado e opinião, criação e registro de marcas, logotipos, expressões de propaganda e demais elementos de identidade visual.

6.3. A título de comissão de agência, será admitido o desconto de até 20% (vinte por cento) sobre o valor bruto constante da tabela de preços dos veículos de comunicação ou sobre o valor negociado para veiculação — prevalecendo sempre o menor entre os dois valores, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65 e do art. 11 do Decreto nº 57.690/66.

6.4. Os honorários descritos serão calculados com base no valor líquido faturado, ou seja, excluídos os tributos cuja responsabilidade de recolhimento recaia sobre a CONTRATADA.

6.5. Não será devida qualquer remuneração à CONTRATADA sobre serviços de produção de peças ou materiais cujas veiculações resultem na percepção do desconto-padrão de agência junto aos meios de comunicação.

6.6. Eventuais custos com deslocamento ou mobilização de profissionais da contratada correrão por sua conta exclusiva, não sendo reembolsáveis pela Administração.

6.7. As condições de remuneração aqui estabelecidas poderão ser renegociadas durante a execução contratual, desde que por interesse do CONTRATANTE e observados os critérios definidos no edital de licitação e seus anexos.

Subcontratação

5.1. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual, com exceção da contratação de fornecedores especializados (ex.: gráfica, produtoras de áudio/vídeo), previstos pela Lei 12.232/2010.

6. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Condições de Entrega

- 6.1. O início da execução do objeto ocorrerá a partir da assinatura do Contrato de Prestação de Serviços.
- 6.2. Havendo a expedição de contrato, as requisições de serviço poderão ser realizadas a partir da data da assinatura do contrato.
- 6.3. Havendo substituição do contrato por outros instrumentos hábeis, as requisições de serviço poderão ser expedidas a partir da data da emissão da nota de empenho.
- 6.4. Para início da execução dos serviços, após a assinatura do Contrato, deverá ser realizada reunião inicial, preferencialmente, com a presença do Gestor do Contrato, Fiscal ou equipe responsável pela fiscalização, do PREPOSTO da empresa, e se for o caso, do servidor ou equipe de planejamento da contratação.
- 6.5. A reunião inicial destina-se à apresentação do plano de fiscalização, que conterà as informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.
- 6.6. Os assuntos tratados na reunião inicial devem ser registrados em ata.
- 6.7. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.
- 6.8. A Secretaria Municipal de Governo, através do Departamento de comunicação requisitará a prestação do serviço através da apresentação da Requisição de Serviço (ordem de compra), preferencialmente por e-mail (que será informado no momento da assinatura do contrato), devendo a contratada executar os serviços sempre no menor prazo possível e de acordo com o projeto requerido, conforme solicitação formal da contratante, não superando, nos casos descritos abaixo:
- 6.8.1. Desenvolvimento de campanha: até 25 dias corridos;
- 6.8.2. Criação de material individual publicitário em peças gráficas, artísticas, rádio, televisão, portal, revista, cartazes A3, e jornal, além de mídias alternativas – até 8 dias corridos;
- 6.8.3. Diagramação e arte final de produtos gráficos, como anúncio, folder, institucional, ilustrações – até 6 dias corridos;
- 6.8.4. Diagramação e arte final de produtos gráficos, capas de materiais, flyers, institucional, – até 3 dias corridos;
- 6.8.5. Correção de material já desenvolvido e arte finalização – até 2 dias corridos;
- 6.8.6. Execução da produção eletrônica (roteiros para rádio, TV e institucionais) – até 15 dias corridos;
- 6.8.7. Criação eletrônica (spot e vídeo) – até 5 dias corridos;
- 6.8.8. Prazos maiores deverão ser justificados e formalmente referendados pelo CONTRATANTE;

Garantia, manutenção e assistência técnica

6.9. O prazo de garantia é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

6.10. Será exigida da licitante vencedora a apresentação, no prazo máximo de 20 (vinte) dias da assinatura do termo contratual ou instrumento equivalente, de garantia em favor da CONTRATANTE, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, numa das seguintes modalidades, conforme opção da CONTRATADA:

6.10.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública federal;

6.10.2. Seguro-garantia;

6.10.3. Fiança bancária.

6.11. A inobservância do prazo de 20 (vinte) dias da assinatura do termo contratual fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento).

6.12. O prazo para entrega da garantia poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, caso necessário, desde que a justificativa fundamentada seja previamente apresentada para análise da CONTRATANTE antes de expirado o prazo inicial.

6.13. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

6.13.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

6.13.2. Prejuízos causados à Administração, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

6.13.3. Multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à CONTRATADA;

6.13.4. Obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA, quando couber.

6.14. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem anterior, observada a legislação que rege a matéria.

6.15. Para a garantia do Contrato, caso a CONTRATADA opte por apresentar títulos da dívida pública, os mesmos deverão ter valor de mercado compatível com o valor a ser garantido no contrato,

preferencialmente em consonância com as espécies recomendadas pelo Governo Federal, como aquelas previstas no art. 2º, da Lei nº 10.179, de 06 de fevereiro de 2001.

6.16. Caso a CONTRATADA opte pela caução em dinheiro, deverá providenciar o depósito junto à Caixa Econômica Federal, nominal à Contratante, para os fins específicos a que se destina, sendo o recibo de depósito o único meio hábil de comprovação desta exigência.

6.17. A CONTRATANTE fica autorizada a utilizar a garantia para corrigir quaisquer imperfeições na execução do objeto do contrato ou para reparar danos decorrentes da ação ou omissão da CONTRATADA, de seu preposto ou de quem em seu nome agir, extensiva aos casos de multas aplicadas depois de esgotado o prazo recursal.

6.18. A garantia prestada será retida definitivamente, integralmente ou pelo saldo que apresentar, no caso de rescisão por culpa da CONTRATADA, sem prejuízo das penalidades cabíveis.

6.19. A garantia, caso a CONTRATADA opte pela prevista na Subcláusula 6.10.1, será restituída automaticamente, ou por solicitação, no prazo de até 3 (três) meses contados do final da vigência do contrato ou da rescisão.

6.20. Nas hipóteses em que a garantia for utilizada total ou parcialmente – como para corrigir quaisquer imperfeições na execução do objeto do contrato ou para reparar danos decorrentes da ação ou omissão da CONTRATADA, de seu preposto ou de quem em seu nome agir, ou ainda nos casos de multas aplicadas depois de esgotado o prazo recursal – a CONTRATADA deverá recompor o valor total dessa garantia, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, para cobertura do período remanescente de execução contratual.

7. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

7.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133/2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

7.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

7.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

7.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

7.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput e Decreto Municipal nº 4.127/2023, art. 9 e art. 10](#)).

7.7. O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. ([art. 9 e art. 10 do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#));

7.7.1. O fiscal do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º](#), e [art. 9 e art. 10 do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#));

7.7.2. Identificada qualquer inexactidão ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. ([art. 10, inciso II, do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#));

7.7.3. O fiscal do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. ([art. 10, inciso XV e §2º, do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.7.4. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato. ([art. 10, §2º, do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.7.5. O fiscal do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual ([art. 10, inciso XVII, do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.8. O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário ([art. 10, inciso XVII, do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.8.1. Caso ocorram descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; ([art. 10, inciso XVII e §2º do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.9. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. ([art. 8º do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.9.1. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. ([art. 8º do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.9.2. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. ([art. 8º do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.9.3. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelo fiscal quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. ([art. 8º do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.9.4. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. ([art. 8º, inciso X, e art. 10, inciso XV, do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.10. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. ([art. 8º do Decreto Municipal nº 4.127/2023](#)).

7.11. Além do disposto acima, a fiscalização contratual obedecerá às seguintes rotinas:

7.11.1. O gestor de contrato poderá designar fiscais administrativos, técnicos e/ou setoriais para auxiliar no exercício de fiscalização da prestação do serviço, respeitando-se sempre as regras da IN Conjunta n.º 01/2017 e demais legislação aplicável.

7.11.2. Durante a execução do objeto, o gestor do contrato deverá monitorar constantemente o nível de qualidade dos serviços para evitar a sua degeneração, intervindo, quando necessário, para requerer à CONTRATADA a correção das faltas, falhas e irregularidades constatadas.

7.11.3. As comunicações entre o Município e a CONTRATADA serão realizadas através do PREPOSTO INDICADO PELA EMPRESA, que deverá disponibilizar e-mail e telefone de contato para os avisos, requisições/ordens de serviços e demais comunicações.

7.11.4. Será responsabilidade do PREPOSTO fazer a verificação periódica da caixa de mensagens do endereço de correspondência eletrônica indicado.

8. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

Recebimento do Objeto

8.1. Os bens serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da entrega, juntamente com a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência.

8.2. Os bens poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e no ETP, devendo ser substituídos nos mesmos prazos estabelecidos para sua entrega, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

8.3. O recebimento definitivo ocorrerá com o fornecimento dos documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega, data em que será fornecida nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente para a Administração, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação.

8.4. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhadas pela CONTRATADA à CONTRATANTE, ao Gestor do Contrato, podendo ser dar pelos canais eletrônicos disponíveis ou de maneira física.

8.5. O gestor deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

8.6. O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

8.7. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do [art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021](#), comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

8.8. O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

8.9. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

Liquidação

8.10. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de 10 dias úteis para fins de liquidação, prorrogáveis por igual período.

8.11. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- a) o prazo de validade;
- b) a data da emissão;
- c) os dados do contrato e do órgão contratante;
- d) o período respectivo de execução do contrato;
- e) o valor a pagar; e
- f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

8.12. Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao contratante;

8.13. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta *on-line* ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no [art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

8.14. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, que implique proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

8.15. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.

8.16. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

8.17. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

8.18. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

8.19. O Município de Matelândia fará as retenções de acordo com a legislação vigente e/ou exigirá a comprovação dos recolhimentos exigidos em lei.

Prazo de pagamento

8.20. O pagamento será efetuado no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior.

8.21. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.

Forma de pagamento

8.22. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

8.23. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

8.24. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

8.24.1. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

8.25. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da [Lei Complementar nº 123, de 2006](#), não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

9.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma ELETRÔNICA, com adoção do critério de julgamento por TÉCNICA E PREÇO.

Exigências de habilitação

9.2. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

Habilitação jurídica

9.3. **Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

9.4. **Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI:** inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

9.5. **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução [Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020](#).

9.6. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

9.7. **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

9.8. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação fiscal, social e trabalhista

9.9. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

9.10. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

9.11. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

9.12. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

9.13. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes *[Estadual/Distrital]* ou *[Municipal/Distrital]* relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

9.14. Prova de regularidade com a Fazenda *[Estadual/Distrital]* ou *[Municipal/Distrital]* do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

9.15. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos *[Estadual/Distrital]* ou *[Municipal/Distrital]* relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

9.16. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

9.17. Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação, ou de sociedade simples;

9.18. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - [Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II](#));

9.19. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

Qualificação Técnica

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

9.21. Comprovação de aptidão para o fornecimento de bens similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior com o objeto desta contratação, ou com o item pertinente, por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso, conforme art. 7º da Lei nº 12.232/2010.

9.21.1. Será admitida, para fins de comprovação de quantitativo mínimo, a apresentação e o somatório de diferentes atestados executados de forma concomitante.

9.21.2. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

9.21.3. O fornecedor disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

8.33 Declarações:

9.21.3.1. Não foi declarada inidônea para licitar por nenhum órgão federal, estadual ou municipal.

9.21.3.2. Não há superveniência de fato impeditiva para a habilitação da proponente, sob as penas cabíveis.

9.21.3.3. Declaração de cumprimento dos requisitos de habilitação.

9.21.3.4. A empresa atende ao disposto no Art. 7º, inciso XXXIII da Constituição Federal (Lei 9.854 de 27/10/99).

9.21.3.5. Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social.

9.21.3.6. Declaração de Nepotismo.

9.21.3.7. Declaração de dados cadastrais para assinatura de Contrato.

9.21.3.8. Declaração de Enquadramento em Regime de Tributação de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, se for o caso e Declaração de responsabilidade.

10. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1. O custo estimado total da contratação é de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), conforme levantados em Estudo Técnico Preliminar anexo. Destaca-se, contudo, que em razão da natureza intelectual do objeto, não é possível estabelecer previamente um orçamento baseado em planilhas de quantitativos e preços unitários, como se faz nas contratações de serviços de natureza intelectual. A mensuração precisa do custo depende diretamente das soluções publicitárias que serão demandadas e aprovadas durante a execução contratual, conforme cada campanha.

11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Secretaria de Governo, Controladoria e Procuradoria.

11.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Reduzido	Programática	Fonte
52	02.004.04.122.0003.2107.3.3.90.39.00.00	3000

12. MEDIDAS ACAUTELADORAS

12.1. Consoante ao disposto no artigo 45 da Lei 9.784/99, a Administração Pública poderá, sem a prévia manifestação do interessado, motivadamente, adotar providências acauteladoras, inclusive retendo o pagamento, em caso de risco iminente, como forma de prevenir a ocorrência de dano de difícil ou impossível reparação.

Matelândia-PR, 24 de abril de 2026.

RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA

Amarildo Gabriel de Castro
Assistente Administrativo/Assessor de Contratação

APROVAÇÃO PELO ORDENADOR DA DESPESA

Maurício Ampessan
Secretário Municipal de Governo, Controladoria e Procuradoria



ANEXO 03

BRIEFING

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, CONTROLADORIA E PROCURADORIA

1. INTRODUÇÃO

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

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

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

2. OBJETO DA DEMANDA

Desenvolver um plano completo e integrado de comunicação publicitária, contemplando estratégias, ações e produtos de comunicação, com foco na melhoria da comunicação institucional da Administração Pública Municipal, no fortalecimento da imagem pública do governo. Além disso, na ampliação do alcance das informações oficiais e na qualificação da divulgação de programas, serviços, campanhas e ações desenvolvidas pelo município.

O plano deverá propor soluções estratégicas para problemas específicos de comunicação, considerando o diagnóstico da comunicação atual, definição de públicos-alvo, escolhas de canais e formatos adequados, planejamento de campanhas, produção de materiais publicitários e acompanhamento dos resultados. Tudo isso visando garantir a transparência, acesso à informação, engajamento da população e maior eficiência na comunicação entre Administração Pública Municipal e a sociedade.

3. CONTEXTO/HISTÓRICO

Matelândia é reconhecida por sua riqueza cultural, resultado da diversidade de etnias que formam o município. Essa pluralidade se expressa especialmente na gastronomia, considerada uma das manifestações populares mais aceitas e representativas da identidade local. No entanto, apesar da tradição de festas comunitárias e jantares promovidos por associações, ainda não foi consolidado um festival gastronômico de abrangência regional que celebre, por decisão coletiva, um prato típico que simbolize a realidade do povo de Matelândia.

Essa lacuna histórica representa não apenas uma oportunidade de resgate cultural, mas também de valorização da gastronomia como expressão dos costumes locais e potencial atrativo turístico.

4. OBJETIVO DA AÇÃO / PROBLEMA A SER RESOLVIDO

O principal desafio é resgatar e consolidar a identidade gastronômica de Matelândia por meio de um grande festival culinário, ainda inédito em escala municipal e regional, apesar de sua forte presença nas celebrações locais.

Busca-se:

- a) Estimular a valorização da culinária típica;

- b) Fortalecer o sentimento de pertencimento da população;
- c) Atrair o público regional, especialmente dos 52 municípios do Oeste do Paraná;
- d) Posicionar Matelândia como um novo polo gastronômico e cultural da região.

A campanha deve despertar o interesse da população local e regional para participar do festival, contribuindo para sua consolidação como um evento permanente no calendário do município.

5. DESCRIÇÃO DA AÇÃO

A ação de comunicação terá como foco o lançamento e divulgação do Festival Gastronômico de Matelândia, cujo objetivo é promover o resgate histórico e a valorização da identidade cultural do município, especialmente por meio da culinária típica. A iniciativa também destaca o papel de Matelândia como destaque na produção agroindustrial, especialmente no setor agropecuário.

A campanha incluirá:

- a) Criação de nome oficial e logotipo do festival;
- b) Produção de peças gráficas e digitais (cartazes, panfletos/flyers, banners);
- c) Spots para rádio e mídias sociais;
- d) Ativações e conteúdo para divulgação em imprensa regional e redes sociais;
- e) Identidade visual unificada para toda a comunicação do evento.

Diferenciais esperados: criatividade, inovação, forte apelo visual e emocional, valorização da tradição, e aderência popular.

6. BENEFÍCIOS ESPERADOS

Principais:

- a) Geração de fluxo turístico e receita local, com movimentação econômica em comércio, hospedagem e alimentação;
- b) Valorização das expressões culturais do município e das etnias que o compõem;
- c) Fortalecimento da marca Matelândia como destino gastronômico e cultural no Oeste do Paraná.

Outros benefícios:

- a) Praça de alimentação valorizando a culinária típica;
- b) Escolha e consagração do Prato Típico de Matelândia;
- c) Atrações culturais e de entretenimento;
- d) Grande adesão popular (praças, estacionamentos, feiras);
- e) Comercialização de produtos locais e souvenirs.

7. TOM DA COMUNICAÇÃO

A comunicação deverá adotar um tom direto, inspirador e envolvente, despertando orgulho local e desejo de pertencimento e participação no evento. O foco é conectar o público com suas raízes, tradições e sabores — de forma leve, calorosa e acolhedora.

8. ELEMENTOS E INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS

- a) Inclusão do logotipo oficial do Município de Matelândia (solicitar à Assessoria de Imprensa);
- b) Nome oficial e slogan do festival (a ser definido pela licitante).

9. ALCANCE E PÚBLICO-ALVO

O público-alvo abrange os cidadãos do Município de Matelândia e os munícipes dos demais municípios do Oeste do Paraná (abrangência estimada de 1,3 milhão de pessoas, segundo dados da AMOP).

10. VERBA E PERÍODO

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

Matelândia, 08 janeiro de 2026

RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO

Amarildo Gabriel de Castro
Assistente Administrativo/Assessor de Contratação

Suelen de Bastiani de Melo
Chefe da Divisão de Comunicação e Marketing

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE SE ENQUADRA NO CONCEITO LEGAL DE MICROEMPRESA OU
EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

(papel timbrado da licitante)

Ao Agente de Contratação e Equipe de Apoio

Prefeitura Municipal de Matelândia, Estado do Paraná

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº 005/2026

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado:

DECLARA, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, que se enquadra na situação de () **MICROEMPRESA**, () **EMPRESA DE PEQUENO PORTE** ou () **COOPERATIVA**, nos termos da Lei Complementar nº 123/06, alterada pela Lei Complementar nº 147/14, bem assim que inexistem fatos supervenientes que conduzam ao seu desenquadramento desta situação. (*Marcar este item caso se enquadre na situação de microempresa, empresa de pequeno porte ou cooperativa.)

() **DECLARA**, para fins de obtenção do benefício disposto nos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. que no ano-calendário de realização da licitação, ainda não celebramos contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte (§2º do Art. 4º da Lei 14.133/2021). (*Marcar este item caso se enquadre na situação de microempresa ou empresa de pequeno).

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX .

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 05

MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE ATENDE AOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado

DECLARA:

() que atende aos requisitos de habilitação, e que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (art. 63, I, da Lei nº 14.133/2021).

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 06

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AO OBJETO LICITADO

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado

DECLARA:

() que está plenamente capacitado o objeto de acordo com o licitado, referente a CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº XXX/2026, nas quantidades e nos prazos previstos e que está ciente e concorda com as condições contidas no Edital e seus anexos.

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 07

MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE COM O DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado:

DECLARA:

() que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7 , XXXIII, da Constituição.

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 08

MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE COM O DISPOSTO NO ART. 63, IV DA LEI 14.133 DE 2021

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado:

DECLARA:

() que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)

ANEXO 09

MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado:

DECLARA:

() que a empresa não foi declarada inidônea por nenhum órgão público de qualquer esfera de governo, estando apta a contratar com o poder público.

A idoneidade da empresa licitante poderá ser verificada ainda através dos seguintes meios:

1. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=2&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>);

2. Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=2&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>);

3. Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (https://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php).

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 10

MODELO DE DECLARAÇÃO DE NEPOTISMO

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado:

DECLARA:

() que não possui em seu quadro societário, cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou por afinidade, até o terceiro grau, de servidor público Municipal do ente licitante, que nele exerça cargo em comissão ou função de confiança, seja membro da comissão de contratação, agente de contratação ou autoridade ligada à contratação.

() Possui em seu quadro societário componente, com o grau de parentesco e/ou vínculo por afinidade ou consanguinidade prescrito pela Súmula Vinculante 13/STF, em relação aos seguintes agentes públicos do ente licitante:

1.Nome: _____ Ente: _____

2.Nome: _____ Ente: _____

Local e data, _____, ___ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)

ANEXO 11

MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE COM O DIPOSTO NO §1º DO ART. 63 DA LEI 14.133 DE 2021

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado:

DECLARA:

() que suas propostas econômicas compreendem 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.

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)
(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 12

MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDENTIFICAÇÃO DE RESPONSÁVEL

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado **DECLARA**, para os devidos fins de direito, na qualidade de Proponente dos procedimentos licitatórios, instaurados por este Município, que o(a) responsável legal da empresa é o(a) Sr.(a)....., Portador(a) do RG sob nº e CPF nº, cuja função/cargo é.....(sócio administrador/procurador/diretor/etc), responsável pela assinatura do contrato.

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)

ANEXO 13

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO AS NORMAS DE PREVENÇÃO À CORRUPÇÃO

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado:

DECLARA:

() conhecer as normas de prevenção à corrupção previstas na legislação brasileira, dentre elas, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei Federal nº 8.429/1992), a Lei Federal nº 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.

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 14

MODELO DE DECLARAÇÃO DE COMPROMETIMENTO

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ nº, com sede na, através de seu representante legal infra-assinado, **DECLARA** para os devidos fins que em caso de qualquer comunicação futura referente a este processo licitatório, bem como em caso de eventual contratação, concordo que o Contrato seja encaminhado para o seguinte endereço:

E-mail:

Telefone: () _____ - _____

Caso altere o citado e-mail ou telefone comprometo-me em protocolizar pedido de alteração junto ao Sistema de Protocolo deste Município, sob pena de ser considerado como intimado nos dados anteriormente fornecidos.

Comprometo-me a manter durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

Local e data, _____, ____ de _____ de XXXX.

(Identificação e Assinatura do Representante Legal)

(Dados da empresa: Razão Social e CNPJ)



ANEXO 15

MODELO DE DEMONSTRATIVO DE ÍNDICES CONTÁBEIS

_____, inscrita no CNPJ sob n.º _____, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr. (a) _____, portador (a) da Cédula de identidade n.º, inscrito (a) no CPF sob o n.º _____, **DECLARA**, para todos os fins de direito e sob as penas da lei, que:

- I - As demonstrações abaixo correspondem a real situação da empresa;
- II - Esses índices foram obtidos no Balanço Patrimonial do último exercício social já exigível;
- III - A qualquer tempo nos comprometemos a apresentar todos os documentos ou informações necessárias à comprovação das demonstrações.

Tipo de Índice	Fórmula de Cálculo ¹	Índice
LG=	$\frac{\textit{Ativo Circulante} + \textit{Ativo Não Circulante}}{\textit{Passivo Circulante} + \textit{Passivo Não Circulante}}$	
SG=	$\frac{\textit{Ativo Total}}{\textit{Passivo Circulante} + \textit{Passivo Não Circulante}}$	
LC=	$\frac{\textit{Ativo Circulante}}{\textit{Passivo Circulante}}$	

¹Substituir pelos valores em moeda corrente nacional (R\$).

Local e data, _____, _____ de _____ de 2024.

Assinatura devidamente identificada do **representante legal da empresa proponente** (apontado no contrato social ou procuração com poderes específicos).

Contador (Nome, CRC e assinatura)

ANEXO 16
PROPOSTA DE PREÇO SUJEITO À VALORAÇÃO

Concorrência nº 005/2026

À
Comissão de Contratação do MUNICÍPIO DE MATELÂNDIA – PR.

Sessão Pública: ___/___/_____, às xx:00

Nesta.

A empresa (*razão social da licitante*) _____, sediada à _____ (*endereço completo*), com Inscrição Estadual nº _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, tendo recebido todos os documentos e informações necessárias para o cumprimento integral das obrigações do objeto da presente licitação, que trata da _____ (*especificar o objeto*), após cuidadoso exame e estudo do edital e seus anexos, e estando de acordo com seus termos e com a legislação nele indicada, vimos apresentar a nossa proposta conforme segue.

Declaramos que, na vigência do contrato oriundo do procedimento licitatório em epígrafe, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Aplicaremos desconto de ___% (.....) incidentes sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Paraná (SINAPRO/PR) - tendo como limite o máximo de 50% (cinquenta por cento), estabelecendo, portanto, em ___ pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;
- b) Aplicaremos honorários de ___% (.....), relativos e pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores e veiculações efetivadas, incidentes sobre o valor da mídia negociada, conforme especificado nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária - tendo como limite do edital de 15% (quinze por cento), estabelecendo, portanto, em ___ pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;
- c) Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecido pela Comissão de Contratação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

Local, ___ de _____ de 2026.

Representante legal da empresa
CARIMBO DO CNPJ



ANEXO 17

TERMO DE PROCURAÇÃO

A empresa, inscrita no CNPJ/MF sob nº com sede à, neste ato representada pelo(s) sócios, Sr. RG, CPF/MF, residente na R..... pelo presente instrumento de mandato, nomeia e constitui, seu(s) Procurador(s) o Senhor (s) RG: CPF/MF:, residente na, a quem confere(m) amplos poderes para junto ao Município de MATELANDIA, praticar os atos necessários com relação a licitação na modalidade de Concorrência sob nº XXX/2026, usando dos recursos, interpô-los, apresentar proposta, negociar preços e demais condições, confessar, transigir, desistir, firmar compromissos ou acordos, receber e dar quitação, obtendo ainda, substabelecer esta em outrem, com ou sem reservas de iguais poderes, dando tudo por bom, firme e valioso, e em especial, para esta licitação.

Matelândia,

RESPONSÁVEL LEGAL



MUNICÍPIO DE MATELÂNDIA

ANEXO 18

MINUTA CONTRATUAL

CONTRATO N° XXX/2026
PROCESSO LICITATÓRIO N° XXX/2026
CONCORRÊNCIA N° XXX/2026

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI
CELEBRAM O **MUNICÍPIO DE MATELÂNDIA E XXXX**

O **MUNICÍPIO DE MATELÂNDIA**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob o N° 76.206.465/0001-65, com sede na Av. Duque de Caxias, n° 800, na Cidade de Matelândia, Estado do Paraná, neste ato representado por seu Prefeito, Sr. **Gabriel da Silva Cadini**, portador da matrícula n° 283442, doravante denominado CONTRATANTE, e de outro lado a empresa **XXXXXX**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n° XXXXXX, com sede na XXXXXX, neste ato representada pelo Sr(a) **XXXXX**, inscrito(a) no CPF n° XXXXX, a seguir denominada CONTRATADA, tendo em vista o que consta no Processo Licitatório n° XXXX e em observância às disposições da Lei Federal n° 12.232/2010 e Lei Federal n° 14.133/2021, e demais legislações aplicáveis, resolvem celebrar o presente Contrato, decorrente da Concorrência n° XXX/2026, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas:

2. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

- a. O objeto do presente instrumento é a **CONTRATAÇÃO E SELEÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE VISANDO A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL PARA VEICULAÇÃO EM MÍDIAS, DE AÇÕES, PROGRAMAS E SERVIÇOS DA MUNICIPALIDADE, DE ACORDO COM AS INSTRUÇÕES DESTE EDITAL E SEUS ANEXOS PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, PODENDO SER PRORROGADO POR IGUAIS E SUCESSIVOS PERÍODOS EM CONFORMIDADE COM A LEGISLAÇÃO PERTINENTE**, nas condições estabelecidas no estudo técnico preliminar e termo de referência.
- b. O objeto da contratação e suas especificações:

LOTE	DESCRIÇÃO	UN.	QTDE	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL

2.1. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

- a) O Termo de Referência;
- b) O edital;
- c) A proposta do contratado;
- d) Eventuais anexos dos documentos supracitados.

3. CLÁUSULA SEGUNDA – DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

3.1. A execução dos serviços objeto deste contrato, consiste no planejamento, o estudo, a concepção, a conceituação, a criação, campanhas, peças e materiais publicitários, a execução interna, a intermediação e 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; elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual; pesquisas de opinião pública e outras ações destinadas a orientar, subsidiar ou complementar os esforços

publicitários, como, revistas, outdoors, som de rua, panfletos, folders e todo e qualquer serviço executado como órgão de publicidade e propaganda, no interesse do município.

- 3.2.** Para fins deste contrato, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio.
- 3.3.** Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.
- 3.4.** A CONTRATADA atuará de acordo com solicitações da Assessoria de Imprensa da Prefeitura do Município de MATELANDIA.
- 3.5.** A execução do objeto somente poderá ocorrer após a emissão da respectiva nota de empenho e da autorização formal da Contratante.

4. CLÁUSULA TERCEIRA – DO RECEBIMENTO DO OBJETO

- 4.1.** O recebimento do objeto dar-se-á da seguinte forma:

Provisoriamente, pelo fiscal do contrato, para efeito de verificação preliminar da conformidade com as condições contratuais e com o Termo de Referência;

Definitivamente, pelo gestor do contrato, após a comprovação da adequada execução do serviço, do cumprimento do objeto contratado e da aceitação formal da Contratante.

- 4.2.** O recebimento definitivo não exclui a responsabilidade da Contratada por eventuais falhas, vícios ou inadequações na execução do serviço, apurados posteriormente.

5. CLÁUSULA QUARTA – DA EXECUÇÃO DO OBJETO

- 5.1.** Para início da execução dos serviços, após a assinatura do Contrato, deverá ser realizada reunião inicial, preferencialmente, com a presença do Gestor do Contrato, Fiscal ou equipe responsável pela fiscalização, do PREPOSTO da empresa, e se for o caso, do servidor ou equipe de planejamento da contratação.
- 5.2.** A reunião inicial destina-se à apresentação do plano de fiscalização, que conterà as informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.
- 5.3.** Os assuntos tratados na reunião inicial devem ser registrados em ata.
- 5.4.** Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.
- 5.5.** A Secretaria Municipal de Governo, através do Departamento de comunicação requisitará a prestação do serviço através da apresentação da Requisição de Serviço (ordem de compra), preferencialmente por e-mail (que será informado no momento da assinatura do contrato), devendo a contratada executar os serviços sempre no menor prazo possível e de acordo com o projeto requerido, conforme solicitação formal da contratante, não superando, nos casos descritos abaixo:
 - 5.5.1.** Desenvolvimento de campanha: até 25 dias corridos;
 - 5.5.2.** Criação de material individual publicitário em peças gráficas, artísticas, rádio, televisão, portal, revista, cartazes A3, e jornal, além de mídias alternativas – até 8 dias corridos;
 - 5.5.3.** Diagramação e arte final de produtos gráficos, como anúncio, folder, institucional, ilustrações – até 6 dias corridos;
 - 5.5.4.** Diagramação e arte final de produtos gráficos, capas de materiais, flyers, institucional, – até 3 dias corridos;
 - 5.5.5.** Correção de material já desenvolvido e arte finalização – até 2 dias corridos;



- 5.5.6. Execução da produção eletrônica (roteiros para rádio, TV e institucionais) – até 15 dias corridos;
- 5.5.7. Criação eletrônica (spot e vídeo) – até 5 dias corridos;
- 5.6. Prazos maiores deverão ser justificados e formalmente referendados pelo CONTRATANTE
- 5.7. A Contratada se obriga a executar todo o disposto em proposta anexa ao Processo de Inexigibilidade, do qual originou este instrumento contratual.
- 5.8. Caberá a Secretaria Municipal de Governo, Controladoria e Procuradoria exercer plena e constante fiscalização do objeto contratado.
- 5.9. Insere-se, em especial, no âmbito da atividade fiscalizadora, o poder de rejeitar os serviços prestados se os mesmos não estiverem de acordo com as especificações discriminadas na Proposta integrante do procedimento de licitação.
- 5.10. A ação de fiscalização não reduzirá a total responsabilidade da Contratada por erro, atrasos ou omissões das quais decorram prejuízos ao Contratante ou a terceiros.

6. CLÁUSULA QUINTA – DA REMUNERAÇÃO

- 6.1. A remuneração da CONTRATADA pelos serviços prestados será feita por meio de honorários incidentes sobre serviços de terceiros, previstos nesta Cláusula, a saber:
 - 6.1.1. O valor do serviço, com honorários (percentual apresentado durante a abertura das propostas), incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação e Percentual de desconto (também aferido na fase de abertura de propostas) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o subitem 6.1.
 - 6.1.2. Município de Matelândia pagará à CONTRATADA, honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação. Os honorários (máximo de 15%) serão definidos no julgamento das Propostas de Preço, conforme regras estabelecidas no TR e neste edital.
- 6.2. A CONTRATADA não fará jus a nenhum ressarcimento pelos custos internos dos serviços por ela realizados.
- 6.3. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- 6.4. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este processo.

7. CLÁUSULA SEXTA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

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

8. CLÁUSULA SÉTIMA – REAJUSTE

- 8.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado XX/XX/XXXX.
- 8.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice IPCA ou índice que vier a substituí-lo exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.



- 8.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.
- 8.4. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).
- 8.5. Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).
- 8.6. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.
- 8.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.
- 8.8. O reajuste será realizado por termo aditivo.

9. CLAUSULA OITAVA – DO REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

- 9.1. O Valor pactuado poderá ser revisto por acordo entre as partes, com vistas à manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, na hipótese de sobrevierem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou dato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual.
- 9.2. As eventuais solicitações deverão fazer-se acompanhar de comprovação de superveniência do fato imprevisível ou previsível, porém de consequências incalculáveis, bem como da demonstração analítica de seu impacto nos custos do contrato.

10. CLÁUSULA NONA – DAS CONDIÇÕES DE LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

- 10.1. Para a execução da liquidação e pagamento dos serviços a CONTRATADA deverá apresentar a correspondente Nota Fiscal, que deverá ser emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da Prefeitura do Município de MATELANDIA, CNPJ/MF nº 7.206.465/0001-65 e a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço.
- 10.2. Os documentos e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para efeito de pagamento deverão ser apresentadas pela CONTRATADA à Assessoria de Imprensa, e o gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.
 - 10.2.1. Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e subcontratados.
 - 10.2.2. No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:
 - 10.2.2.1. Para TV, Cinema e Rádio:
nas praças cobertas por serviço de checagem: relatórios de checagem emitidos por empresas terceirizadas;
nas praças não cobertas por serviços de checagem:
comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação; ou
declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome do programa, dia e horário da veiculação.

- 10.2.2.2.** Para Mídia Exterior: relatório de checagem com fotos, emitidos por empresas terceirizadas, ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos.
- 10.2.2.3.** Para Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.
- 10.2.2.4.** Para Mídia Impressa: exemplares originais dos títulos.
- 10.2.2.5.** Para Outdoor: Fotos em CD, com maior ângulo de visão possível do local ou locais onde foram instalados os painéis de outdoor, com legibilidade da publicidade exposta e enquadramento de cena que possa ser definido o logradouro de cada painel.
- 10.2.3.** A Nota Fiscal referente a serviço de veiculação deverá ser emitida pelos veículos de divulgação, e não será aceito em substituição nenhum documento fiscal emitido por representantes de veículos.
- 10.3.** As liquidações e pagamentos serão feitos da seguinte forma:
- 10.3.1.** Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos veículos, dos planos de mídia autorizados pela Assessoria de Imprensa e dos comprovantes mencionados no subitem 8.2.2, em até trinta dias após o mês de veiculação.
- 10.3.2.** Peças e materiais produzidos por terceiros: mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores e dos respectivos comprovantes de entrega do serviço, em até trinta dias após o mês de produção.
- 10.4.** Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade fiscal da CONTRATADA, que deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social (CND) e Certidões Negativas de Débitos Relativos a Tributos Federais, Estaduais e Municipais.
- 10.5.** Caso se constate nos documentos de cobrança erro, irregularidade ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o gestor deste contrato poderá devolvê-los, para as devidas correções, ou aceitá-los, com a glosa da parte que considerar indevida.
- 10.5.1.** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- 10.6.** O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.
- 10.7.** O CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.
- 10.8.** Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo CONTRATANTE.
- 10.8.1.** Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.
- 10.9.** O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

11. CLAUSULA DÉCIMA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 11.1.** Para pagamento das despesas decorrentes do objeto deste contrato, serão utilizados recursos oriundos da seguinte dotação orçamentária:

PROGRAMÁTICA	FONTE	DESCRIÇÃO
XXXXX	XXXX	XXXXX

11.2. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

12. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DO DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

12.2.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pela Assessoria de Imprensa em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 11.2.1.1, 11.2.2, 11.2.3.

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

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

12.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 11.2.1.1, 11.2.2, o valor a ser pago pelo **CONTRATANTE** será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

12.3.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito autoral patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção

e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

- 12.3.2.** Estabeleçam que este CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- 12.4.** Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
- 12.5.** Os direitos autorais, patrimoniais e conexos não serão devidos quando se tratar de “serviço de cópia”.
- 12.6.** A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.
- 12.7.** A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:
- 12.7.1.** Que a Assessoria de Imprensa poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.
- 12.7.2.** A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- 12.7.3.** Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
- 12.8.** O CONTRATANTE será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.
- 12.9.** É garantido ao **CONTRATANTE** o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à **CONTRATADA**, ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.
- 12.10.** Fica garantida ao **CONTRATANTE** a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.
- 12.11.** A Assessoria de Imprensa poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou poder integrantes da Administração Direta do Município. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças e o submeterá previamente à Assessoria de Imprensa.

13. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DIREITOS E RESPONSABILIDADES

13.1. O presente contrato rege-se pelos preceitos do direito público e pela Lei Federal nº 12.232/2010 e Lei Federal nº 14.133/2021, aplicando-se, subsidiariamente os princípios gerais dos contratos e as disposições de direito privado.

13.2. São obrigações da Contratante:

Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com o contrato e seus anexos;

Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas o Termo de Referência;

Designar um servidor ou comissão com prerrogativas para proceder à verificação de todos os aspectos que envolvam sua execução, para que os mesmos sejam executados com eficiência e eficácia, sempre que se verificarem falhas;

As atividades da fiscalização e o nome do servidor ou comissão responsável pela fiscalização serão consignadas em livro próprio, devidamente assinado pelo responsável pela fiscalização por parte da CONTRATADA;

Ter acesso, a qualquer hora a relatórios e documentação relativa ao objeto licitado;

Solicitar da contratada nos prazos previstos, a documentação referente ao objeto licitado;

Notificar a contratada, por escrito, sobre vícios, irregularidades ou faltas constantes do fornecimento do objeto, fixando prazos para as devidas correções;

Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, bem como atestar nas notas fiscais/faturas a efetiva entrega do objeto desta licitação;

Aplicar à Contratada as sanções regulamentares e contratuais, quando for o caso;

Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela Contratada;

Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente instrumento;

Cientificar o órgão de representação judicial da Procuradoria Geral do Município para a adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pela Contratada;

Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

A Administração terá o prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 30 (trinta) dias.

Notificar os emitentes das garantias previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021, quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

13.3. São obrigações da Contratada:

- 1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 2 Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário e permitido pelo CONTRATANTE mediante a contratação de terceiros – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.
- 3 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir ao **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.
- 4 Negociar sempre as melhores condições de preço, nos casos de reutilizações de peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 11.2.1.1, 11.2.2, 11.2.3.
- 5 Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, nas quais deverão ser discriminados os itens componentes do preço cotado, com seus respectivos valores.
- 6 As propostas devem conter elementos mínimos de identificação da proponente, tais como o nome da empresa, endereço, CNPJ, nome completo, RG e CPF do responsável pela proposta, data e assinatura.
- 7 Se não houver possibilidade de obter o mínimo de três propostas, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 8 A Assessoria de Imprensa procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar pesquisas de preço de mercado, que deverão ser anexadas aos autos para fins de comprovação.
- 9 Se e quando julgar conveniente, a Assessoria de Imprensa poderá supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA ou realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

- 10 Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
- 11 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da Assessoria de Imprensa, sem ônus para a Prefeitura do Município de MATELANDIA:
TV e Cinema: uma cópia em DVD;
Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
Rádio: uma cópia em CD, com arquivo de áudio e mp3;
Mídia Impressa e Material Publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes em alta resolução – e finalizada.
- 12 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.
- 13 Enviar, às suas expensas, o material necessário à veiculação.
- 14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, malas-diretas) aprovadas pelo CONTRATANTE.
- 15 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE.
- 16 Entregar ao **CONTRATANTE**, até o dia 10 do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e, semanalmente ou quando solicitado, relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.
- 17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE.
- 18 Nos casos de cancelamentos ou interrupções causados exclusivamente pelo CONTRATANTE, serão respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências.
- 19 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização por escrito, e exigir o mesmo procedimento de seus eventuais subcontratados.
- 20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste.
- 22 A CONTRATADA se obriga a informar ao **CONTRATANTE**, no prazo de quarenta e oito horas, qualquer alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa.
- 23 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem como, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 24 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
- 25 Assumir, com exclusividades, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 26 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 27 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
- 28 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a próprio CONTRATANTE.
- 29 Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.
- 30 A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às

penas da Lei 9.279, de 14 de maio de 1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

- 31 Responder perante o CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 32 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos – de veiculação, de produção e de quaisquer outros decorrentes de serviços previstos neste contrato – e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos e de outras vantagens para o CONTRATANTE.
- 33 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

14. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

- 14.1. A gestão e fiscalização do ocorrerão conforme art. 117 da Lei 14.133/21.
- 14.2. Fica designado como Gestor(a) do contrato o(a) servidor(a) **XXXXXX**, portador(a) da matrícula nº **XXXX**, competindo-lhe acompanhar a execução contratual, adotar providências administrativas e promover o recebimento definitivo do objeto.
- 14.3. Fica designado como Fiscal do contrato o(a) servidor(a) **XXXXX**, portador(a) da matrícula nº **XXXX**, responsável pela fiscalização técnica e administrativa da execução, devendo registrar em relatório próprio todas as ocorrências relacionadas ao fornecimento.
- 14.4. A fiscalização não exclui a responsabilidade da Contratada pelos danos causados à Administração ou a terceiros.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA GARANTIA DE EXECUÇÃO

- 15.1. A contratação conta com garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei 14.133/21, cujo valor corresponde a 5% (cinco por cento) do valor global do contrato.

16. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA FRAUDE E DA CORRUPÇÃO

- 16.1. Os licitantes devem observar e o contratado deve observar e fazer observar, por seus fornecedores e subcontratados, se admitida subcontratação, o mais alto padrão de ética durante todo o processo de licitação, de contratação e de execução do objeto contratual.

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

17. **“prática corrupta”**: Significa oferecer, entregar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer coisa de valor com a intenção de influenciar de modo indevido a ação de terceiros;
18. **“prática fraudulenta”**: Significa qualquer ato, falsificação ou emissão de fatos que, de forma intencional ou irresponsável induza ou tente induzir uma parte a erro, com o objetivo de obter benefício financeiro ou de qualquer outra ordem, ou com a intenção de evitar o cumprimento de uma obrigação;
19. **“prática colusiva”**: Significa uma combinação entre duas ou mais partes visando alcançar um objetivo indevido, inclusive influenciar indevidamente as ações de outra parte;
20. **“prática coercitiva”**: Significa prejudicar ou causar dano, ou ameaçar prejudicar ou causar dano, direta ou indiretamente, a qualquer parte interessada ou à sua propriedade, para influenciar indevidamente as ações de uma parte;
21. **“prática obstrutiva”**: Significa deliberadamente destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em investigações ou fazer declarações falsas a investigadores, com o objetivo de impedir materialmente uma investigação de alegações de prática corrupta, fraudulenta, coercitiva ou colusiva; e/ou ameaçar, perseguir ou intimidar qualquer parte interessada para impedi-la de mostrar seu conhecimento sobre

assuntos relevantes à investigação ou ao seu prosseguimento; Ou, atos que tenham como objetivo impedir materialmente o exercício dos direitos de promover inspeção ou auditoria, estabelecidos no parágrafo abaixo:

- 22.** Rejeitará uma proposta de outorga se determinar que o licitante recomendado para a outorga do contrato, ou qualquer do seu pessoal, ou seus agentes, subconsultores, subempreiteiros, prestadores de serviço, fornecedores e/ou funcionários, envolveu-se direta ou indiretamente em práticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas ou concorrer para o contrato em questão;
- 23.** Declarará viciado o processo de aquisição e cancelará a parcela do empréstimo alocada a um contrato se, a qualquer momento, determinar que representantes do Mutuário ou de um beneficiário de qualquer parte dos recursos de empréstimo envolveram-se em práticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas durante o processo de aquisição ou implementação do contrato em questão, sem que o Mutuário tenha adotado medidas oportunas e adequadas, satisfatórias, para combater essas práticas quando de sua ocorrência, inclusive por falhar em informar tempestivamente no momento em que tomou conhecimento dessas práticas;
- 24.** Sancionará uma empresa ou uma pessoa física, a qualquer tempo, de acordo com os procedimentos de sanção cabíveis, inclusive declarando-a inelegível, indefinidamente ou por prazo determinado: para outorga de contratos financiados; e para ser designado subempreiteiro, consultor, fornecedor ou prestador de serviço de uma empresa elegível que esteja recebendo a outorga de um contrato financiado;
- 25.** Os licitantes, fornecedores e empreiteiros, assim como seus subempreiteiros, agentes, pessoal, consultores, prestadores de serviço e fornecedores, deverão permitir que inspecione todas as contas e registros, além de outros documentos referentes à apresentação das propostas e à execução do contrato, e os submeta a auditoria por profissionais designados.
 - a. Na hipótese de financiamento, parcial ou integral, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, este organismo imporá sanção sobre uma empresa ou pessoa física, inclusive declarando-a inelegível, indefinidamente ou por prazo determinado, para a outorga de contratos financiados pelo organismo se, em qualquer momento, constatar o envolvimento da empresa, diretamente ou por meio de um agente, em práticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas ao participar da licitação ou da execução um contrato financiado pelo organismo.
 - b. Considerando os propósitos das cláusulas acima, o licitante vencedor, como condição para a contratação, deverá concordar e autorizar que, na hipótese de o contrato vir a ser financiado, em parte ou integralmente, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, permitirá que o organismo financeiro e/ou pessoas por ele formalmente indicadas possam inspecionar o local de execução do contrato e todos os documentos, contas e registros relacionados à licitação e à execução do contrato.

26. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

a. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

- 1.3.1. der causa à inexecução parcial do contrato;
- 1.3.2. der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- 1.3.3. der causa à inexecução total do contrato;
- 1.3.4. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- 1.3.5. apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- 1.3.6. praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- 1.3.7. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 1.3.8. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

Multa:

moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

compensatória de 0,5% até 30% sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto.

A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021)

Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021)

Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b) as peculiaridades do caso concreto;
- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- d) os danos que dela provierem para o Contratante;
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

27. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

O prazo de vigência do presente contrato é de 12 (doze) meses a partir de sua assinatura, prorrogável na forma dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado.

28. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

O contrato se extingue quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

O contrato pode ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o Contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

O contrato pode ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a rescisão se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido:

19. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

20. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

21. Indenizações e multas.

A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, *caput*, da Lei n.º 14.133, de 2021).

29. CLÁUSULA DÉCIMA NONA - SUBCONTRATAÇÃO

Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

30. CLÁUSULA VIGÉSIMA – DOS CASOS OMISSOS

Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

31. CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

32. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – PUBLICAÇÃO

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.



33. CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de sub operação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

O Contratado deverá exigir de sub operadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD. Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

34. CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA - DO FORO

As partes contratuais ficam obrigadas a responder pelo cumprimento deste termo, perante o Foro da Comarca de Matelândia, Estado do Paraná, não obstante qualquer mudança de domicílio da CONTRATADA que, em razão disso, é obrigada a manter um representante com plenos poderes para receber notificação, citação inicial e outras medidas em direito permitidas.

35. CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA - CONHECIMENTO DAS PARTES

Ao firmar este instrumento, declara a CONTRATADA ter plena ciência de seu conteúdo, bem como dos demais documentos vinculados ao presente contrato.

Justas e contratadas, firmam as partes este instrumento, em 2 (duas) vias em igual teor, com as testemunhas presentes ao ato, a fim de que produza seus efeitos legais.



MUNICÍPIO DE
MATELÂNDIA

MUNICÍPIO DE MATELÂNDIA
CONTRATANTE
Gabriel da Silva Cadini
Prefeito

XXXXX
CONTRATADA
XXXXXXX

GESTOR DO CONTRATO
XXXXXXX

FISCAL DO CONTRATO
XXXXXX

TESTEMUNHA
CPF:

TESTEMUNHA
CPF: