EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 1/2026

PROCESSO N. 38/2026-CMM

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N. 01/2026-CMM.

UASG: N. 926031 - EDITAL COMPRAS.GOV N. 7/2026.

TIPO DE LICITAÇÃO: Melhor Técnica

OBJETO: Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade à Câmara Municipal de Maringá.

FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO: Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, em regime por preço unitário, sob a égide da Lei n. 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais n. 4.680/1965 e n. 14.133/2021.

REFERÊNCIA: Requisição de Compras n. 78/2026

VALOR: R$ 1.803.950,17 (um milhão, oitocentos e três mil, novecentos e cinquenta reais e dezessete centavos)

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: As despesas com a execução do presente contrato correrão à conta da seguinte dotação orçamentária: 3.3.90.39.00.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA, classificada no seguinte desdobramento de despesa: 3.3.90.39.88.00 - Serviços de Publicidade e Propaganda.

Os documentos que integram o presente EDITAL estão dispostos em 05 (cinco) anexos, a saber:

Anexo I – Objeto;

Anexo II – *Briefing;*

Anexo III – Modelo de Declarações de Habilitação;

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

Anexo V – Minuta de Contrato.

A CONCORRÊNCIA será conduzida pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES, através de seu Presidente **José Eduardo Ribeiro Balera**, para a condução dos trabalhos referentes a esta licitação, conforme Portaria nº 506/2025.

A CONCORRÊNCIA será realizada no dia **18 de NOVEMBRO de 2026, às 09 horas**, na Câmara Municipal de Maringá, na Avenida Papa João XXIII, n. 239, Zona 02, na Cidade de Maringá, Paraná, no recinto do Plenário Vereador Ulisses Bruder, quando deverão ser apresentadas e protocoladas as Propostas Técnicas perante a Comissão Permanente de Licitações.

Muito embora os documentos estejam agrupados em ANEXOS separados, todos eles se completam, sendo que a licitante deverá, para a apresentação da PROPOSTA TÉCNICA e dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, bem como dos demais documentos, ao se valer do Edital, inteirar-se de sua composição, tomando conhecimento, assim, das condições administrativas e técnicas que nortearão o desenvolvimento da CONCORRÊNCIA e a formalização CONTRATUAL, nos termos do que dispõem a Lei Federal n. 14.133/2021 e o art. 13 da Lei Federal n. 12.232/2010, de sorte que todos os aspectos mencionados neste Edital e em seus anexos deverão ser observados para a elaboração das propostas e agrupamento dos documentos de habilitação.

A CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ, **ESTADO DO PARANÁ**, com sede na Avenida Papa João XXIII, n. 239 – Zona 02, nesta Cidade, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL**, tipo **MELHOR TÉCNICA**, objetivando a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade à Câmara Municipal de Maringá.

1. DA LICITAÇÃO

1.1. Objeto: Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade à Câmara Municipal de Maringá, observadas as especificações mínimas e prescrições constantes do Anexo I.

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

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

1.2. Modalidade: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL.

1.2.1. A opção pela licitação presencial justifica-se pelas características específicas e pela complexidade do objeto a ser contratado, cuja seleção envolve a avaliação de propostas de natureza predominantemente técnica, intelectual e criativa, nos termos da legislação aplicável, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010. A realização presencial mostra-se adequada, ainda, em razão da necessidade de conferir maior segurança e efetividade às etapas de apresentação, recebimento, identificação, abertura e análise dos documentos e propostas, observadas as regras específicas estabelecidas pela Lei nº 12.232/2010 para o julgamento das propostas técnicas e para a preservação do sigilo dos conteúdos que assim devam permanecer até o momento legalmente adequado.

1.2.2. Como medida adicional de transparência, controle e garantia da publicidade dos atos praticados, **as sessões públicas realizadas de forma presencial serão gravadas em áudio e vídeo**, nos termos do art. 17, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021, sendo a gravação juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento.

1.3. Tipo de Licitação: Melhor Técnica.

1.4. Vigência contratual: O contrato terá vigência e garantia por 12 (doze) meses, a contar da data da assinatura, podendo ser prorrogado por até 10 (dez) anos, nos termos do art. 107, da Lei n. 14.133/2021.

1.5. Local, data e horário para recebimento e protocolo dos envelopes e realização da 1.ª Sessão Pública da CONCORRÊNCIA:

1.5.1. Local: Câmara Municipal de Maringá – Plenário Vereador Ulisses Bruder – Avenida Papa João XXIII, n. 239 – Zona 02, Maringá/PR.

1.5.2. Data: 18 de NOVEMBRO de 2026.

1.5.3. Horário: às 09 horas.

1.6. Previsão orçamentária: As despesas com a execução do presente contrato correrão à conta da seguinte dotação orçamentária: 3.3.90.39.00.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA, classificada no seguinte desdobramento de despesa: 3.3.90.39.88.00 - Serviços de Publicidade e Propaganda.

1.7. Valor máximo da licitação: R$ 1.803.950,17 (um milhão, oitocentos e três mil, novecentos e cinquenta reais e dezessete centavos)

2. DO EDITAL

2.1. O presente Edital será publicado e estará à disposição dos interessados no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá, no quadro de Avisos e na Divisão de Licitações e Compras da Câmara Municipal de Maringá, à Av. Papa João XXIII, 239 – Zona 02 – Maringá/PR.

2.2. O aviso do Edital será publicado, ainda, no Diário Oficial Eletrônico do Município e em Jornal Diário de circulação no Município de Maringá.

2.3. Eventuais modificações no edital implicarão nova divulgação na mesma forma de sua divulgação inicial, além do cumprimento dos mesmos prazos dos atos e procedimentos originais, exceto quando a alteração não comprometer a formulação das propostas, nos termos do art. 55, § 1º da Lei n. 14.133/2021, sendo de responsabilidade do licitante o acompanhamento das publicações.

2.3.1. Havendo alteração da data de abertura do certame por motivo de interesse público, ou outro devidamente justificado, esta será comunicada mediante aviso no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá, com a designação da nova data e horário de abertura da sessão pública.

2.4. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este Edital em virtude de irregularidade na aplicação das Leis Federais n. 12.232/2010 e 14.133/2021, ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, por meio de petição escrita dirigida a Presidente da Câmara Municipal de Maringá.

2.4.1. Até **03 (três) dias úteis** antes da data fixada para o recebimento das propostas, qualquer interessado poderá solicitar esclarecimentos, requerer providências ou formular impugnação escrita contra cláusulas ou condições do Edital.

2.4.2. As impugnações e pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados à Câmara Municipal de Maringá – localizada na Av. Papa João XXIII, 239, Zona 02, nesta cidade - aos cuidados do Agente de Contratação designado, através do **e-mail cpl@cmm.pr.gov.br, via correios**, caso em que o envelope, enviado com Aviso de Recebimento (AR), deverá ser recebido pela Seção de Protocolo até a data limite estabelecida acima, ou **presencialmente**, sob protocolo junto ao Protocolo Geral da Casa ou à Divisão de Licitações e Compras.

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

2.4.4. A Impugnação via e-mail deverá ser protocolada **até as 23h59m do dia 13/11/2026 – último dia do prazo para a impugnação**. O envio de correspondência eletrônica após este prazo será considerado **INTEMPESTIVO**.

2.4.5. As impugnações e esclarecimentos encaminhados após as 18 horas nos demais dias do prazo, considerar-se-ão protocolados no dia útil seguinte para fins de contagem do prazo de resposta.

2.5. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá no prazo de até 3 (três) dias úteis contados do seu protocolo, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

2.6. Às licitantes cabe acessar assiduamente o Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá para tomarem conhecimento das perguntas, respostas e impugnações protocoladas e manterem-se atualizadas sobre todas informações referentes a este Edital.

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

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderão participar da presente licitação todas as agências de propaganda que preencham as condições estabelecidas neste Edital.

3.1.1. Às Microempresas – ME e Empresas de Pequeno Porte – EPP será concedido o tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar n. 123/2006, desde que entreguem, no início da sessão pública junto aos documentos de credenciamento, a Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, em que declara, sob as penas da lei, que cumpre os requisitos legais de qualificação da condição de microempresa, de empresa de pequeno porte ou microempreendedor individual, bem como que no ano-calendário de realização da licitação, não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolam a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, estando apto a usufruir dos benefícios previstos nos art. 42 a art. 49 da Lei Complementar Federal nº 123, de 2006, ficando facultada a utilização do modelo constante do Anexo IV.

3.1.2. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis); e Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep).

3.1.3. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força da vedação de que trata o artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992.

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

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

b. que tenham sido declaradas inidôneas por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal, bem como as que estejam punidas com o impedimento do direito de contratar ou licitar com o Município de Maringá;

c. aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente da Câmara Municipal de Maringá ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

d. empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

e. pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

f. estrangeiras que não estejam autorizadas a funcionar no País.

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

3.4. A participação no certame importa total e irrestrita submissão dos proponentes às condições deste Edital.

3.5. Da Participação em Consórcio:

3.5.1. A participação na licitação de pessoas jurídicas organizadas em consórcio é admissível, observadas as seguintes condições:

a. comprovação do compromisso público ou particular de constituição de consórcio, subscrito pelos consorciados, do qual conste cláusula de responsabilidade solidária;

b. indicação da pessoa jurídica líder responsável pelo consórcio;

c. apresentação dos documentos exigidos no instrumento convocatório quanto a cada consorciado, admitindo-se, para efeito de qualificação técnica, o somatório dos quantitativos de cada consorciado;

d. comprovação de qualificação econômico-financeira, mediante:

   1. apresentação do somatório dos valores de cada consorciado, na proporção de sua respectiva participação, podendo a Administração Pública estabelecer, para o consórcio, um acréscimo de 10% (dez por cento) a 30% (trinta por cento) sobre o valor exigido de licitante individual para a habilitação econômico-financeira, salvo justificação; e

   2. demonstração, por todos os consorciados, do atendimento aos requisitos contábeis definidos no instrumento convocatório;

e. impedimento de participação de consorciado, na mesma licitação, em mais de um consórcio ou isoladamente.

3.5.2. No consórcio de empresas brasileiras e estrangeiras, a liderança caberá, obrigatoriamente, à empresa brasileira.

3.5.3. O licitante vencedor fica obrigado a promover, antes da celebração do contrato, a constituição e o registro do consórcio, nos termos do compromisso de constituição, devendo comprovar o arquivamento na Junta Comercial e a inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ.

3.5.4. A substituição de consorciado deverá ser expressamente autorizada pelo órgão ou entidade contratante.

3.5.5. O acréscimo previsto na alínea "d", subitem 1, do item 3.5.1. não será aplicável aos consórcios compostos, em sua totalidade, por microempresas e empresas de pequeno porte.

3.5.6. O faturamento, poderá ser feito direta e isoladamente para a contratante, por uma ou mais das consorciadas, decorrente da execução de partes distintas do objeto do contrato de consórcio, obrigando a consorciada à remessa mensal, para a empresa líder ou para a consorciada eleita para tais fins, dos respectivos documentos comprobatórios das receitas auferidas, bem como dos custos e despesas incorridos.

3.5.7. O faturamento correspondente às operações do consórcio será efetuado pelas pessoas jurídicas consorciadas, mediante a emissão de nota fiscal ou de fatura própria,

proporcionalmente à participação de cada uma no empreendimento.

3.5.8. Caso uma ou mais das consorciadas execute partes distintas do objeto do contrato de consórcio, bem como realizar faturamento direto e isoladamente para a contratante, a consorciada remeterá à empresa líder ou à consorciada eleita, mensalmente, cópia dos documentos comprobatórios de suas receitas, custos e despesas incorridos.

3.5.9. Nas hipóteses autorizadas pela legislação do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) e do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), a Nota Fiscal ou a Fatura poderá ser emitida pelo consórcio no valor total, caso em que cópia da Nota Fiscal ou da Fatura será remetida à empresa líder ou à consorciada eleita, indicando na mesma a parcela de receitas correspondente a cada uma das empresas consorciadas para efeito de operacionalização contábil.

3.6. Da Participação em Cooperativa

3.6.1. Havendo participação na licitação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa, serão observadas as condições dispostas no art. 16 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

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

4. DO CREDENCIAMENTO

4.1. Para fins desta CONCORRÊNCIA as licitantes poderão nomear representante para atuarem em seu nome perante a Comissão Permanente de Licitações, observadas as seguintes condições:

4.1.1. Será permitida a participação de somente um representante legal, por licitante, com a devida apresentação de instrumento de procuração pública ou particular, com os poderes específicos de representação perante a licitação.

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

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

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

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

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

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

4.2. Na apresentação dos documentos para credenciamento, poderá ser dispensada a exigência de autenticação de cópia de documento, se apresentado o documento original, para que a Comissão Permanente de Licitações possa atestar sua autenticidade.

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

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

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

5. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

5.1. Na presente licitação, a fase de habilitação sucederá as fases de apresentação de propostas e de julgamento.

5.1.1. As propostas e a documentação serão apresentadas em 04 (quatro) envelopes, a saber:

- Envelope n. 01 – Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária **não** identificado);
- Envelope n. 02 – Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária identificado);
- Envelope n. 03 – Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento);
- Envelope n. 04 – Documentos de Habilitação.

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

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
CNPJ
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
ENVELOPE N. 02 – PROPOSTA TÉCNICA
(Esse envelope deverá conter a **via identificada do Plano de Comunicação Publicitária**)

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
CNPJ
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
ENVELOPE N. 03 – PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
CNPJ
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
ENVELOPE N. 04 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

5.2.1.1. A Câmara Municipal de Maringá também fornecerá previamente os grampos trilhos de plástico padronizados, os quais deverão ser utilizados pelas licitantes para agrupar os documentos referentes à Proposta Técnica - via não identificada, e deverão ser fixados de forma centralizada, na margem longa, na lateral esquerda.

5.2.2. Os **envelopes n. 01, 02 e 03** deverão ser devidamente lacrados e, posteriormente, protocolados no local, data e horário **determinados no subitem 1.5**, sendo vedada a remessa via fac-símile, e-mail, telegrama ou qualquer outra forma similar.

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

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

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

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

5.2.3. O **envelope n. 04** deverá ser entregue (devidamente lacrado) em data posterior, designada pela Comissão Permanente de Licitações, apenas pelas empresas classificadas após a apuração do resultado do julgamento das propostas técnicas, conforme art. 6.º, inc. I, da Lei Federal n. 12.232/2010.

6. DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

6.3.1. Para fins de cálculo da criação, produção e veiculação da campanha institucional simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de **R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).**

6.3.2. No cálculo da alocação de valores para a criação, produção e veiculação da campanha institucional simulada, as licitantes deverão considerar:

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

b. para os custos de produção ou execução técnica das peças ou materiais publicitários, os valores de mercado, observado o disposto no subitem 6.3.2.2;

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

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

6.3.2.1. Não há exigência de adotar, exclusivamente, os valores praticados pelas plataformas como base para cálculo. A licitante pode utilizar tais valores como referência, mas tem liberdade para simular a alocação de verba conforme sua proposta estratégica, desde que fundamente tecnicamente a estimativa de cobertura e alcance apresentada. A subcomissão avaliará a coerência, pertinência e economicidade da proposta com base nesses parâmetros, nos termos dos itens 6.4.4 e 7 do Edital.

6.3.2.2. Nessa simulação, deverão ser desconsiderados os honorários incidentes sobre os custos de serviços especializados prestados por fornecedores externos. Contudo, o valor de veiculação em mídia digital poderá ser apresentado em valores brutos, inclusive com a comissão de mídia, desde que claramente especificado na planilha de custos da simulação.

6.3.2.3. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do item 6.3.2. deverão ser os **vigentes na data de publicação do último** Aviso de Republicação do Edital.

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

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

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

6.4.1. Raciocínio Básico: apresentado na forma de texto, contendo no máximo 02 (duas) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m², fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas e parágrafos de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda.

6.4.1.1. Entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão: a) das funções e do papel da Câmara Municipal de Maringá perante a sociedade; b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Maringá com seus públicos; c) das características e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; e) do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela Câmara Municipal de Maringá; f) das necessidades das comunicações do Poder Legislativo do Município de Maringá para enfrentar esse problema.

6.4.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentada sob a forma de texto, contendo no máximo 04 (quatro) laudas, em papel sulfite A4 75 g/m², fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas de 1,5 (um e meio), sendo 30 (trinta) linhas por lauda.

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

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

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

6.4.3.1. Deverão ser apresentadas SOMENTE as seguintes peças:

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

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

c. 01 (um) roteiro para spot de rádio, de até 30 (trinta) segundos, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de CD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

d. 01 (um) roteiro para vídeo de televisão, de até 30 (trinta) segundos, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de storyboard, bem como de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

e. 01 (um) layout de banner para a internet, sites (banner retangular médio (300x250 pixels), com base em tabela de preços praticada pelos veículos locais, devidamente comprovada por meio de mídia kit, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², não utilizando popup, pois o site não apresenta suporte para esse recurso. Se não houver espaço para o material no formato 300 x 250 pixels, ele poderá ser posicionado onde está o Destaque (banner). O mídia kit deverá ser anexado ao plano de comunicação não identificado, como forma de comprovação do formato e do valor de cada portal.

f. 01 (um) post (jpg + texto) para feed de Facebook (1080 x 1350 px) a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

g. 01 (um) layout de post carrossel (jpg + texto) para Instagram, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², usando o formato usual de 1080 x 1350 pixels para cada uma das artes que compõe o carrossel;

h. 01 (um) roteiro para vídeo de YouTube, de até 30 (trinta) segundos, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de storyboard, bem como de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

i. 01 (um) layout para flyer (sem dobra) frente e verso (10 x 15 cm), impresso em uma única folha, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

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

6.4.3.2. Cada peça da ideia criativa deve conter identificação simples, com numeração e breve descrição do conteúdo e formato (exemplo: 1 – layout de anúncio meia página para jornal de modelo standard", "2 – layout de anúncio página inteira para revista), de modo a assegurar clareza, organização e aderência às especificações do edital, seguindo a ordem indicada pelo subitem 6.4.3.1.

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

6.4.3.4. Entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação: a) sua adequação ao problema específico de comunicação deste Poder Legislativo; b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; g) sua pertinência às atividades deste Poder Legislativo e à sua inserção na sociedade; h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados; i) a exequibilidade das peças e/ou dos materiais; j) a compatibilidade da linguagem utilizadas nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

6.4.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, apresentada em papel sulfite A4 75 g/m², fonte Arial, tamanho da fonte 12, na cor preta, espaçamento entre linhas e parágrafos de 1,5, sendo 30 (trinta) linhas por lauda, sem limite de páginas, constituída de: a) apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando: a) estratégia de mídia com a proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Maringá a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas; b) tática de mídia com o detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas; c) plano de mídia composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos e demais informações que a licitante considerar relevantes; d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

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

a. o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
b. as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
c. os valores (absolutos e percentuais) dos custos internos da agência em relação a cada peça publicitária;
d. os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
e. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária.

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

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

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

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

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

6.4.6. Entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:a) o conceito dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários; b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; c) a consciência do plano simulado da distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores; d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Legislativo do Município de Maringá; e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material; f) a otimização da mídia segmentada,alternativa e de massa

6.5. A **Capacidade de Atendimento** será composta dos seguintes quesitos:

6.5.1. Atendimento ao cliente: Entende-se por Atendimento ao Cliente para fins desta licitação: a) a consideração do porte e a tradição dos clientes atuais da licitante, como anunciantes publicitários, o conceito de seus produtos e serviços no mercado, bem como o período de atendimento a cada um deles; b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Maringá; d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; e) a operacionalidade do relacionamento entre este Poder Legislativo e a licitante, esquematizado na proposta; f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

6.5.1.1 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em documento específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4; em fonte "arial", tamanho "12 pontos", numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constituídos, devidamente identificado.

6.5.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 6.5.1. não poderão ter informações, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

6.5.1.3. A capacidade de atendimento ao cliente será constituída de texto, tabelas, gráficos, quadros, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará: a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles; b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação; c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais da licitante que estarão à disposição da Câmara Municipal de Maringá para a execução do contrato; d) a sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; 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 da Câmara Municipal de Maringá, sem ônus adicionais, na vigência do contrato. e) A Câmara se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho executivo das Normas Padrão.

6.5.2. Repertório da Licitante: entende-se por Repertório para fins desta licitação: a) a pertinência da mensagem ao público-alvo que deve ser atingido; b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material; c) a clareza da exposição das informações prestadas.

6.5.2.1 A licitante deverá apresentar os documentos, as informações, as peças e material que constituem o Repertório em documento específico, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em formato A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.5.2.2 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação na autoria deste, antes da abertura do invólucro n°2.

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

6.5.2.4. A licitante deverá apresentar:

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

6.5.2.5. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1.º de janeiro de 2020.

6.5.2.6. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executável no sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou

qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n° 2. As peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A4, agrupadas ao restante do material.

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

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

6.5.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação: a) a evidência de planejamento publicitário; b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; c) a relevância dos resultados apresentados; d) a concatenação lógica da exposição.

6.5.3.1 A licitante deverá apresentar os documentos, e informações que constituem os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação Publicitária em documento específico, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em formato A4, fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricada em todas as páginas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Os documentos e informações mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada , que possibilite a identificação na autoria deste, antes da abertura do invólucro n° 2.

6.5.3.2. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 03 (três) laudas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato deverá:

a. deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
b. deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
c. não pode se referir a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Câmara Municipal de Maringá, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
d. deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

6.5.3.3. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de páginas. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato (se houver), o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

6.5.3.4. Os Relatos de que trata o item 6.5.3 devem ter sido implementados a partir do dia 1.º de janeiro de 2020.

6.5.3.5. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

a. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive,* executável em sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n° 2;
b. as peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A4, agrupadas ao restante do material;
c. para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica, de no máximo 01 (uma) lauda, com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou a peça.

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

7. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DOS CRITÉRIOS DE DESEMPATE

7.1. As Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Subcomissão Técnica, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste Edital, de acordo com o rito previsto na Lei Federal n° 12.232/2010 para o tipo "melhor técnica", considerando-se vencedora do julgamento final a proposta da licitante que tenha sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

7.1.1. Plano de Comunicação Publicitária – até 70 (setenta) pontos, nos quais:

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS TÉCNICOS
Raciocínio Básico	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.	a. Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b. Compreensão das informações contidas no Briefing; c. Clareza e objetividade.
Estratégia de Comunicação Publicitária	Notas de 0 a 20, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende relativamente bem; 14 a 17 – Atende bem; 18 a 20 – Atende com excelência.	a. Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Briefing; b. Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c. Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d. Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.
Ideia Criativa	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente bem; 19 a 21 – Atende bem; 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b. Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas da Câmara Municipal de Maringá; c. Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d. Pertinência entre as atividades da Câmara Municipal de Maringá e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e. Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f. Clareza e objetividade das soluções apresentadas.

Estratégia de Mídia e Não Mídia:	Notas de 0 a 15, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende bem; 14 a 15 – Atende com excelência.	a. O conhecimento dos hábitos de leitura, audição e comunicação dos segmentos de público prioritários; b. A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; c. A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos quesitos "a" e "b"; d. A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos canais próprios de comunicação da Câmara Municipal de Maringá; e. A economicidade da aplicação da verba estabelecida para a campanha e a otimização da solução de mídia e não mídia proposta na estratégia apresentada para o atingimento dos públicos-alvo estabelecidos no Briefing.

7.1.2. Capacidade de Atendimento – até 30 (trinta) pontos, nos quais:

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
Atendimento ao Cliente	Notas de 0 a 12, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 5 – Atende pouco; 6 a 7 – Atende medianamente; 8 a 10 – Atende bem; 11 a 12 – Atende com excelência.	a. Porte e tradição dos clientes atuais da licitante; b. Experiência dos profissionais indicados pela licitante em atividades publicitárias e adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades publicitárias da Câmara de Maringá; c. Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; d. Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará à disposição da Câmara de Maringá, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.
Repertório da Licitante	Notas de 0 a 8, sendo: 0 – Não atende 1 a 2 – Atende pouco; 3 a 4 – Atende medianamente; 5 a 6 – Atende bem; 7 a 8 – Atende com excelência.	a. Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; b. Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; c. Clareza e objetividade da exposição das informações prestadas.
Relatos de Solução de Problemas de Comunicação (Case 01)	Notas de 0 a 5 - sendo: 0 - não atende 1 a 2 – atende pouco; 3 a 4 - atende 5 - atende com excelência	a. Evidência de planejamento estratégico publicitário; b. Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; c. Relevância dos resultados apresentados; d. Concatenação lógica da exposição.
Relatos de Solução de Problemas de Comunicação (Case 02)	Notas de 0 a 5 - sendo: 0 - não atende 1 a 2 – atende pouco; 3 a 4 - atende 5 - atende com excelência	a. Evidência de planejamento estratégico publicitário; b. Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; c. Relevância dos resultados apresentados; d. Concatenação lógica da exposição.

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

a. Consistência: qualidade de apresentar coerência entre as partes e o todo;
b. Pertinência: aquilo que concerne ao assunto desta licitação, como delineado no Briefing;
c. Adequação: atendimento o mais perfeito possível, de forma organizada, às necessidades e objetivos da Contratante;
d. Relevância: o que tem importância ou relevo num contexto determinado;
e. Acuidade: qualidade de percepção de modo eficaz, sutileza e eficiência;
f. Síntese: capacidade de resumir determinado texto ou assunto, conservando a objetividade e clareza do mesmo, bem como a precisão de seu objeto.

7.3. Plano de Comunicação Publicitária - até 70 (setenta) pontos - o Plano de Comunicação Publicitária compreende os seguintes quesitos:

7.3.1 Raciocínio Básico - até 10 (dez) pontos - entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

a. das características da Câmara de Maringá e das atividades que sejam significativas para sua comunicação institucional;
b. da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara de Maringá com os maringaenses;
c. do papel da Câmara de Maringá no atual contexto social, político e econômico;
d. do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos pela Câmara de Maringá no Briefing, em relação à linha específica de comunicação sugerida pela LICITANTE.

7.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária - até 20 (vinte) pontos - entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

a. a adequação do partido temático e do conceito propostos em relação à natureza e qualificação da Câmara de Maringá e ao desafio e objetivos de comunicação;
b. a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
c. a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara de Maringá perante a sociedade maringaense;
d. a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para superação do desafio e alcance dos objetivos de comunicação da Câmara de Maringá;
e. a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;
f. a capacidade de concatenar os conhecimentos sobre a Câmara de Maringá, o contexto no qual se insere, o seu desafio e seus objetivos de comunicação perante os maringaenses e a verba disponível.

7.3.3. Ideia Criativa - até 25 (vinte e cinco) pontos - entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

a. sua adequação aos objetivos de comunicação da Câmara de Maringá e à estratégia de comunicação publicitária sugerida;
b. as soluções inovadoras capazes de contribuir para o posicionamento e os atributos desejados pela Câmara de Maringá;

c. a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta e de desdobramentos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados, em especial para ambiente digital;

d. a simplicidade e didática da forma sob a qual se apresenta;

e. sua pertinência às atividades da Câmara de Maringá e à sua inserção nos contextos social, econômico e político;

f. as proposições inovadoras e sua originalidade considerando as possibilidades do meio digital, novas mídias e novas tecnologias;

g. a exequibilidade das peças;

h. a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças aos meios de comunicação.

7.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - até 15 (quinze) pontos - entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:

a. o conhecimento dos hábitos de leitura, audição e comunicação dos segmentos de público prioritários;

b. a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c. a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;

d. a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos canais próprios de comunicação da Câmara de Maringá;

e. a economicidade da aplicação da verba estabelecida para a campanha e a otimização da solução de mídia e não mídia proposta na estratégia apresentada para o atingimento dos públicos-alvo estabelecidos no Briefing.

7.4. Capacidade de Atendimento - até 30 (trinta) pontos:

7.4.1. Atendimento ao cliente - até 12 (doze) pontos - entende-se por Capacidade de Atendimento ao cliente para fins desta licitação:

a. o porte e a tradição dos clientes atuais da LICITANTE;

b. a experiência dos profissionais indicados pela LICITANTE em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Câmara de Maringá;

c. a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

d. a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a LICITANTE colocará regularmente à disposição da Câmara de Maringá, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.4.2. Repertório - até 8 (oito) pontos - entende-se por Repertório para fins desta licitação:

a. a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a LICITANTE se propôs a resolver;

b. a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c. a clareza e objetividade da exposição das informações prestadas.

7.4.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - para cada Case até 5 (cinco) pontos - entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

a. a evidência de planejamento estratégico publicitário;

b. a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c. a relevância dos resultados apresentados;

d. a concatenação lógica da exposição.

7.5. A nota do quesito corresponderá à média aritmética simples das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, com duas casas decimais, respeitados os critérios e limites constantes na Planilha de Avaliação dos Quesitos e Subquesitos (item 7.1).

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

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

7.5.3 Persistindo a diferença de pontuação prevista, após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

7.5.4 A avaliação do subquesito Repertório contido no quesito 3 – Experiência da Empresa, será pontuado por peça e a pontuação será obtida por meio da aplicação da média aritmética simples, com duas casas decimais.

7.5.4.1 Se a LICITANTE apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no Edital, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima atribuída ao subquesito, conforme tabela constante do item 7.1. deste edital.

7.6. Serão classificadas as Propostas Técnicas das LICITANTES que atenderem a todas as condições da Planilha de Avaliação dos Quesitos e Subquesitos (item 7.1), conforme segue:

a. obtiverem pontuação final igual ou superior a 80 pontos;

b. obtiverem pontuação mínima igual ou superior a 7 (sete) pontos em Raciocínio Básico;

c. obtiverem pontuação mínima igual ou superior a 14 (quatorze) pontos em Estratégia de Comunicação;

d. obtiverem pontuação mínima igual ou superior a 17,5 (dezessete inteiros e cinco décimos) pontos em Ideia Criativa;

e. obtiverem pontuação mínima igual ou superior a 10,5 (dez inteiros e 5 décimos) pontos em Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f. obtiverem pontuação igual ou superior a 8,4 (oito inteiros e quatro décimos) pontos no quesito Atendimento ao Cliente;

g. obtiverem pontuação igual ou superior a 6,3 (seis inteiros e três décimos) pontos no quesito Repertório;

h. obtiverem pontuação igual ou superior a 6,3 (seis inteiros e três décimos) pontos no quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

i. não obtiverem pontuação 0 (zero) em nenhum quesito ou subquesito;

7.6.1. Serão desclassificadas as Propostas Técnicas das LICITANTES que não atenderem as condições da Planilha de Avaliação dos Quesitos e Subquesitos (item 7.1), conforme segue:

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

b. apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c. cuja pontuação não alcançar 80 (oitenta) pontos;

d. obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos;

e. não atingir a pontuação mínima em cada quesito ou subquesito do subitem 7.1.

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

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

7.7. Dos Critérios de Desempate:

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

7.7.2. Persistindo o empate, serão consideradas como mais bem classificadas as LICITANTES que tiverem obtido as maiores pontuações nos quesitos do Plano de Comunicação Publicitária, observando-se a ordem abaixo, até que se obtenha o desempate:

a. Raciocínio Básico
b. Estratégia de Comunicação Publicitária;
c. Ideia Criativa;
d. Estratégia de Mídia e Não Mídia;
e. Atendimento ao Cliente;
f. Repertório;
g. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.7.3. Ainda, persistindo o empate, o critério de desempate será aquele previsto no art. 60 da Lei nº 14.133/2021, nesta ordem:

a. avaliação do desempenho contratual prévio dos licitantes, para a qual deverão preferencialmente ser utilizados registros cadastrais ou atestados de capacidade técnica para efeito de atesto de cumprimento de obrigações previstas em contrato;
b. desenvolvimento pelo licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho;
c. desenvolvimento pelo licitante de programa de integridade.

7.7.4. Para comprovar as ações, serão aceitos:

a. selos concedidos pela Administração Pública no âmbito federal, estadual ou municipal;
b. certificações oficiais;
c. cópia de documentos de empregados, tais como: ficha de registro de empregado, CTPS, contratos individuais ou coletivos de trabalho com possibilidade de aferição da data da assinatura (assinatura eletrônica ou reconhecimento de firma) e convenções coletivas;
d. documentos fiscais protocolados e certidões.

7.7.5 O desenvolvimento, pelo licitante, de **ações de equidade entre homens e mulheres** no ambiente de trabalho deverá ser comprovado conforme os seguintes critérios:

a. **Ações afirmativas de gênero**:
    1. nas etapas de seleção e recrutamento;
    2. em programas de capacitação;
    3. em programas de ascensão profissional;
b. **Medidas de participação igualitária, com a presença de homens e mulheres em todos os âmbitos de tomada de decisão**;
c. **Política de benefícios voltada à proteção da maternidade, da paternidade e da adoção, buscando equilibrar vida profissional e pessoal**;
d. **Práticas na cultura organizacional:**
    1. programas de disseminação de direitos das mulheres;
    2. prática de prevenção e repressão ao assédio moral ou sexual;
    3. prática de combate à violência doméstica e familiar;
    4. programas de educação voltada à equidade de gênero.
e. **Estrutura física adequada para trabalhadoras gestantes e lactantes**;
f. **Medidas de medicina e segurança do trabalho que considerem as diferenças entre os gêneros;**
g. **Reserva de 2% (dois por cento) das vagas de trabalho na empresa licitante para mulheres vítimas da violência doméstica e familiar, nos termos da Lei nº 19.727/2018.**

7.7.6. O desenvolvimento, pelo licitante, de **programas de integridade** deverá ser comprovado conforme os seguintes critérios:

a. Ter sido contemplada com o "Selo de Integridade", no âmbito federal, estadual ou municipal;
b. Existência de documento oficial que contemple os principais riscos de integridade da organização, as medidas e preceitos de tratamento dos riscos identificados e a forma de implementação e monitoramento do Programa de *Compliance* e Integridade, divulgado internamente para ciência e cumprimento dos envolvidos e também no sítio eletrônico da empresa;
c. Existência de Código de Ética e Conduta;
d. Existência de Canal de Denúncias;
e. Promoção de treinamentos que busquem a melhoria da cultura organizacional;
f. Realização de ações voltadas para a responsabilidade social e ambiental;

7.7.6.1. Considerar-se-á vencedor o licitante que apresentar o maior número de ações em desenvolvimento no momento da apresentação da proposta, desde que implementadas antes da data da publicação do Edital.

7.7.6.2. Em caso de empate, dar-se-á preferência ao licitante que demonstrar, sucessivamente:

a. melhores resultados nos últimos 5 (cinco) anos, considerando os percentuais de participação resultantes das ações desenvolvidas;

b. maior tempo de desenvolvimento de tais ações no período anterior aos 5 (cinco) anos a que se refere o inciso anterior.

7.7.7. As comprovações das ações previstas no item 7.7.3., que se fizerem necessárias para fins de avaliação dos critérios de desempate deverão ser apresentadas de forma documental, em sessão pública especialmente designada para tanto, para o qual todas as LICITANTES serão convocadas, **no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis,** contados da sessão pública em que se verificou o empate.

7.7.7.1. A análise dos critérios será feita de forma sucessiva na ordem prevista em Lei, procedendo-se à reclassificação das licitantes na ordem de atendimento aos critérios

de desempate, até que reste apenas uma empresa classificada em primeiro lugar.

7.7.7.2. Não serão aceitas declarações unilaterais das licitantes desacompanhadas dos respectivos documentos comprobatórios e impressões (prints de telas) isoladas.

7.7.8. Persistindo o empate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços produzidos ou prestados por:

a. empresas estabelecidas no território do Estado do Paraná;

b. empresas brasileiras;

c. empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

d. empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009.

7.7.9. Mantendo-se o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na mesma sessão pública agendada para análise dos critérios de desempate, independentemente do comparecimento de todos os convocados.

7.7.10. Ocorrendo empate entre Microempresas e as Empresas de Pequeno Porte, o sorteio ocorrerá somente entre elas.

7.8. Encerrada a análise relativa às propostas técnicas, a Comissão Permanente de Licitações passará à análise dos documentos de habilitação das empresas conforme ordem de classificação estabelecida a partir dos critérios de desempate, em sessão pública designada para o recebimento do envelope n. 04.

8. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1. No envelope n. 04, deverão estar inseridos os documentos relacionados nos itens **8.2. a 8.6. e, a depender do caso, nos itens 8.7 a 8.9,** abaixo, em uma via **original** ou em cópia simples, mediante **autenticação administrativa pela Comissão Permanente de Licitações**, desde que a cópia seja apresentada com o documento original, exceto quanto a documentos que possam ter sua autenticidade verificada de forma online.

8.1.1. Os documentos previstos neste Edital, necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, serão exigidos para fins de habilitação, nos termos dos arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021.

8.1.2. 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.

8.1.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitações.

8.1.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos itens seguintes.

8.2. Habilitação jurídica - ato constitutivo conforme o tipo de sociedade:

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

b. **Sociedade empresária, sociedade limitada, sociedade 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;

c. **Sociedade por ações ou companhias** (Lei 6.404/76): estatuto e ata registrada da assembleia de eleição da diretoria vigente;

d. **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.

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

f. **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

g. **Sociedade cooperativa:** ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

8.3. Habilitação fiscal, social e trabalhista:

a. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

b. 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.

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

d. 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;

e. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual ou Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa ao objeto da licitação:

   1. No caso de fornecimento de produtos, será exigida a regularidade com a Fazenda Estadual (ICMS);
   2. No caso de prestação de serviços, será exigida a regularidade com a Fazenda Municipal (ISS);

8.4. Da Qualificação Técnica:

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

   1. o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
   2. o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitações.

b. Declaração(ões), certidão(ões) ou atestado(s) de capacidade técnica expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou com qualidade à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta CONCORRÊNCIA:

   1. Para a aferição da compatibilidade com relação às características, será exigida a comprovação da prestação de serviços **representados, no mínimo, uma das atividades descritas no Anexo I deste Edital;**
   2. Para a aferição da compatibilidade com relação ao prazo, será exigida a comprovação da prestação de serviços **pelo período mínimo de 1 (um) ano**.
   3. Poderão ser apresentados mais de um atestado de capacidade técnica para fins de comprovação do exigido neste certame.
   4. É permitido o somatório de quantitativos em atestados de capacidade técnica distintos, desde que se refiram a serviços executados em períodos **não** simultâneos.
   5. As declarações/certidões/atestados de capacidade técnica deverão conter a identificação da pessoa jurídica emitente, o nome e o cargo do signatário, a data de expedição, o prazo contratual, com data de início e de término da execução dos serviços, descrição do(s) serviço(s) e a caracterização do bom desempenho do licitante na prestação dos serviços.
   6. Somente serão aceitos declarações/certidões/atestados de capacidade técnica expedidos após a conclusão do contrato ou decorrido, no mínimo, 1 (um) ano do início de sua execução.

8.5. Da Qualificação Econômico-financeira:

a. Certidão negativa de falência expedida pelo Cartório Distribuidor da sede do fornecedor;

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

   1. Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);
   2. Patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação;
   3. 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;
   4. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

c. Cabe ao licitante demonstrar os índices e percentuais exigidos por meio da apresentação de memória de cálculo, comprovando o atendimento dos índices econômicos previstos neste item, atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

d. Os índices escolhidos são proporcionais ao vulto da licitação e ao risco da mesma, visando resguardar a execução contratual e o interesse público, de forma a não haver interrupção na prestação do serviço objeto desta licitação. O atendimento aos índices estabelecidos no Edital, demonstrará uma situação "estabilizada e sólida" da licitante, aptos a garantir que a empresa contratada possua saúde financeira e capacidade de cumprir com as obrigações contratuais.

8.6. Declarações de Habilitação, conforme modelo constante do Anexo III, declarando que:

a. Atende a todos os requisitos de habilitação, em atendimento ao disposto no art. 63, I, da Lei Federal n° 14.133/2021;

b. Não mantém, em seu quadro de pessoal, menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, não mantendo ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos;

c. 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;

d. A remuneração fixada do contrato compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da proposta;

e. Nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, não foi condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

f. Inexiste(m) fato(s) superveniente(s) impeditivo(s) para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

g. Não se enquadra em nenhuma das vedações contidas no art. 14 da Lei Federal n.º 14.133/2021, em especial, que não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

h. Tem ciência de toda a legislação aplicável;

i. Não possui vedações legais junto à Administração Pública direta ou indireta das esferas Federal, Estadual, Distrital ou Municipal;

j. Não incide em nenhuma das situações impeditivas à contratação, em especial que não possui relação familiar ou de parentesco em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade até o terceiro grau com a máxima autoridade administrativa correspondente ao órgão ou entidade de atuação, ou ainda com ocupante de cargo de provimento em comissão ou em função de confiança, chefia ou assessoramento da Câmara Municipal de Maringá.

k. Não possui em seu quadro social membros do Poder Legislativo do Município de Maringá na condição de sócio(s) administrador e/ou de administrador(es), bem como qualquer outra espécie de vínculo direto ou indireto de natureza societária ou associativa.

l. Serem verdadeiras as informações prestadas no presente documento, sob pena de responsabilidade civil, administrativa e criminal.

8.7. Das Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual

a. Para fins da habilitação, para comprovar a condição de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte e usufruir do tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar n. 123/2006, além da Declaração constante do **item 3.1.1**, entregue no credenciamento, a licitante deverá apresentar, pelo menos **um dos seguintes documentos**:

   1. Certidão Simplificada da Junta Comercial atualizada ou documento equivalente;
   2. Comprovante de Inscrição Cadastral – CICAD do Governo do Estado ou documento equivalente;
   3. Demonstrativo de Resultado do Exercício - DRE, a que se refere a Resolução nº 1.418, de 2012, do Conselho Federal de Contabilidade - CFC, ou outra norma que vier a substituir;
   4. Outros documentos aptos a demonstrarem o enquadramento da licitante na condição de microempresa, empresa de pequeno porte ou microempreendedor individual.

b. As ME ou EPP deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade Fiscal e Trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição.

c. A existência de restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte sujeitos ao regime da Lei Complementar n. 123/2006 não implica a inabilitação automática da licitante.

d. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal ou trabalhista a licitante será declarada provisoriamente habilitada, caso em que será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, prorrogável por igual período, a critério do Agente de Contratação, para regularização da documentação, para pagamento ou parcelamento do débito e para emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

8.8. No caso de participação de cooperativas, será exigida a seguinte documentação complementar:

a. A relação dos cooperados que atendem aos requisitos técnicos exigidos para a contratação e que executarão o contrato, com as respectivas atas de inscrição e a comprovação de que estão domiciliados na localidade da sede da cooperativa, respeitado o disposto nos arts. 4º, inciso XI, 21, inciso I e 42, §§2º a 6º da Lei n. 5.764, de 1971;

b. A declaração de regularidade de situação do contribuinte individual – DRSCI, para cada um dos cooperados indicados;

c. A comprovação do capital social proporcional ao número de cooperados necessários à prestação do serviço;

d. O registro previsto na Lei n. 5.764, de 1971, art. 107;

e. A comprovação de integração das respectivas quotas-partes por parte dos cooperados que executarão o contrato; e

f. Os seguintes documentos para a comprovação da regularidade jurídica da cooperativa: a) ata de fundação; b) estatuto social com a ata da assembleia que o aprovou; c) regimento dos fundos instituídos pelos cooperados, com a ata da assembleia; d) editais de convocação das três últimas assembleias gerais extraordinárias; e) três registros de presença dos cooperados que executarão o contrato em assembleias gerais ou nas reuniões seccionais; e f) ata da sessão que os cooperados autorizaram a cooperativa a contratar o objeto da licitação;

g. A última auditoria contábil-financeira da cooperativa, conforme dispõe o art. 112 da Lei n. 5.764, de 1971, ou uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador;

h. Ato de autorização para o exercício da atividade objeto da contratação.

8.9. No caso de participação de pessoas jurídicas em consórcio, será exigida a seguinte documentação complementar:

a. Comprovação do compromisso público ou particular de constituição de consórcio, subscrito pelos consorciados;

b. Indicação da pessoa jurídica líder responsável pelo consórcio, que deverá atender às condições de liderança fixadas no instrumento convocatório;

c. Apresentação de todos os documentos de habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista exigidos acima quanto a cada consorciado, admitindo-se, para efeito de qualificação técnica, o somatório dos quantitativos de cada consorciado.

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

8.11. No caso de não constar prazo de validade nas certidões ou documentos, somente serão aceitos aqueles expedidos em até **180 (cento e oitenta) dias anteriores à data de protocolo dos documentos de habilitação, salvo os atestados de capacidade técnica, que não possuem prazo de validade.**

8.12. Os documentos exigidos para fins de habilitação poderão ser substituídos pelo SICAF, ou outro registro cadastral emitido por órgão ou entidade pública, desde que o registro tenha sido feito em obediência ao disposto na Lei nº 14.133/2021 e comprove todos requisitos de habilitação acima exigidos.

8.13. O **licitante responderá pela veracidade de todas as informações prestadas no âmbito desta licitação, na forma do art. 63, I, da Lei nº 14.133/2021.**

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

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

8.16. Para a análise da habilitação das licitantes, também serão realizadas consultas nos cadastros abaixo indicados:

a. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/sancoes/ceis);

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

c. Cadastro de Impedidos de Licitar do TCE-PR (http://servicos.tce.pr.gov.br/tcepr/municipal/ail/consultarimpedidosweb.aspx).

d. Para a consulta de fornecedores pessoa jurídica poderá haver a substituição das consultas do Cadastro Nacional de Empresas Idôneas e Suspensas (CEIS) e do Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do TCU (https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/).

e. Cadastro de fornecedores/empresas punidas da Prefeitura Municipal de Maringá (https://maringa.oxy.elotech.com.br/portaltransparencia/1/fornecedores/suspensos).

8.16.1. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por forçado artigo 12 da Lei n° 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

8.16.2. Constatada a existência de sanção, a Comissão Permanente de Licitações reputará o licitante inabilitado, por falta de condição de participação.

9. DOS PROCEDIMENTOS

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

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

9.1.2. A Comissão Permanente de Licitações e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e a aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, observando-se os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), nos termos do art. 5º da Lei n. 14.133/2021.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Primeira Sessão

9.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 1.5 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a. identificar os representantes das licitantes;

b. verificar o cumprimento das condições de participação e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

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

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

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

a. sem estar identificado;

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

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

d. estar acondicionado em invólucro fornecido pela Câmara Municipal de Maringá.

9.2.1.1. Se, no momento da entrega do envelope n. 1, for constatada a inobservância de condição prevista nas alíneas "a", "b", "c" ou "d" do subitem 9.2.1, a Comissão

Permanente de Licitações não receberá o Invólucro n° 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

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

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

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

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

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

f. informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão mediante publicação do respectivo Aviso, no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá.

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

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

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

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

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

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

b. a Subcomissão Técnica poderá apor marca ou sinal para diferenciar as propostas constantes do envelope n. 01, como Agência 01, Agência 02, e assim por diante;

c. análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica do conteúdo dos envelopes n. 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital e em seus anexos, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inc. XIV do art. 6.º da Lei Federal n. 12.232/2010;

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

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

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

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

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

9.2.6. As planilhas de julgamento conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada quesito e subquesito do Plano de Comunicação Publicitária, e a pontuação, de cada membro, para cada quesito e subquesito da Capacidade de Atendimento.

Segunda Sessão

9.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes n. 1 e n. 3), com as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes, mediante publicação do respectivo Aviso no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a. identificar os representantes das licitantes presentes;

b. abrir os envelopes n. 2;

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

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

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

f. oportunizar a manifestação do interesse em recorrer dos representantes das licitantes presentes, sob pena de preclusão, em relação ao julgamento da(s) proposta(s) técnica(s) pela Subcomissão Técnica ou às decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitações, nos termos do art. 165, § 1º incisos I e II, da Lei n. 14.133/2021 e item 10 deste Edital.

g. Havendo manifestação da intenção de recorrer, a Comissão Permanente de Licitações registrará em Ata a manifestação, cujo prazo de razões será aberto em fase única, ao fim da fase de habilitação.

9.3.1. Proclamado o Resultado do Julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes classificadas, mediante a intimação dos representantes presentes à sessão pública ou a publicação da Ata de Julgamento no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá, para participar da Terceira Sessão Pública, com a finalidade de protocolo, recebimento e análise dos documentos de habilitação.

9.3.2. O acompanhamento das publicações no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá é de inteira responsabilidade das licitantes.

Terceira Sessão

9.4. A terceira sessão pública, com a finalidade de protocolo, recebimento e análise dos **documentos de habilitação**, seguirá com a seguinte pauta básica:

a. identificar os representantes das licitantes presentes, com registro em ata;

b. receber e protocolar os envelopes n. 4 das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas;

c. abrir o envelope n. 4 apenas da licitante classificada em primeiro lugar e rubricar o seu conteúdo;

d. analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor e aplicar os benefícios de habilitação tardia das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, se for o caso;

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

e. declarar a licitante habilitada ou inabilitada conforme a análise.

f. em caso de inabilitação, passar à abertura do envelope n. 4 das demais licitantes, conforme a ordem de classificação do resultado da Proposta Técnica, até que uma delas seja habilitada.

g. após a habilitação, proclamar o Resultado Final e declarar vencedora do processo licitatório a empresa habilitada.

h. caso de todas as licitantes sejam inabilitadas, a Comissão Permanente de Licitações deverá promover diligências na tentativa de sanar impropriedades formais constatadas durante a fase de habilitação e, se necessário, designar nova sessão pública para apresentação dos documentos de habilitação escoimados dos vícios verificados ou declarará a licitação fracassada, se os vícios foram insanáveis.

i. colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n. 4 abertos e analisados;

j. após a proclamação do Resultado Final, oportunizar a manifestação do interesse em recorrer dos representantes das licitantes presentes, sob pena de preclusão, em relação ao resultado da Habilitação, nos termos do art. 165, § 1º incisos I e II, da Lei n. 14.133/2021 e item 10 deste Edital.

k. A Comissão Permanente de Licitações divulgará o Resultado da Licitação na forma do item 11 deste Edital.

l. Havendo manifestação da intenção de recorrer em relação ao Julgamento das Propostas de Preços ou da Habilitação, A Comissão Permanente de Licitações abrirá o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de razões recursais, e o prazo sucessivo também de 3 (três) dias úteis para as contrarrazões.

9.5. Caso não haja manifestação do interesse recursal ou, havendo interposição de recursos, após análise e vencido o juízo de reconsideração, a Comissão Permanente de Licitações encaminhará o processo instruído com todas as suas peças à Procuradoria Jurídica da Casa para análise e posterior julgamento dos recursos e homologação ou não do certame pela Presidência da Câmara Municipal de Maringá.

10. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

10.1. Qualquer licitante poderá manifestar de forma imediata a intenção de recorrer em relação às fases de julgamento das propostas técnicas (Segunda Sessão Pública) e dos documentos de habilitação (Terceira Sessão Pública), **quando aberto o prazo de manifestação pelo Agente de Contratação ao fim da respectiva sessão pública de julgamento, sob pena de preclusão**.

10.1.1. Nas sessões públicas das fases de julgamento das propostas técnicas e da habilitação a Comissão Permanente de Licitações questionará ao(s) licitante(s) quanto à intenção de recorrer, a qual será lavrada por escrito em ata;

10.1.2. A apreciação dos recursos dar-se-á em fase única, nos termos do art. 165, §1º, II, da Lei 14.133/2021.

10.2. As licitantes que tenham manifestado a intenção de recorrer tempestivamente, nos termos do item 10.1., poderão protocolar as razões recursais no **prazo máximo de 3 (três) dias úteis**, contados da data de intimação dos representantes das licitantes presentes na Terceira Sessão Pública, destinada ao recebimento dos documentos de habilitação, ou da lavratura e publicação da respectiva Ata no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá, em face do:

a. julgamento das propostas técnicas;

b. habilitação ou inabilitação de licitante;

c. anulação ou revogação da licitação;

10.2.1. As razões recursais serão interpostas em petição escrita e assinada, podendo ser enviadas através do **e-mail cpl@cmm.pr.gov.br, ou presencialmente**, sob protocolo junto ao Protocolo Geral da Casa ou à Divisão de Licitações e Compras, e dirigida à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida.

10.2.2. O recurso será publicado no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá para ciência dos demais licitantes.

10.2.2. Os demais licitantes ficarão desde logo intimados para apresentar contrarrazões ao recurso no prazo sucessivo de 03 (três) dias úteis, contados do término do prazo de apresentação das razões do recorrente, em petição escrita e assinada, podendo ser enviadas através do **e-mail cpl@cmm.pr.gov.br, ou presencialmente**, sob protocolo junto ao Protocolo Geral da Casa ou à Divisão de Licitações e Compras, nos termos do art. 165, §4º da Lei 14.133/2021.

10.3. O recurso será dirigido à Comissão Permanente de Licitações, que, se não reconsiderar a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à Presidência da Câmara Municipal de Maringá, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

10.4. Não será conhecido o recurso interposto:

a. sem a tempestiva manifestação da intenção de recorrer;

b. com razões recursais protocoladas fora do prazo legal para apresentação;

c. desprovido de fundamentação.

d. subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

10.5. 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 Permanente de Licitações.

10.6. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

10.7. A não apresentação das razões recursais no prazo fixado implicará a decadência do direito de recorrer.

10.8. Será assegurado ao licitante vista dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses, mediante publicação dos documentos produzidos durante a fase externa do processo no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá ou na Divisão de Licitação e Compras, mediante consulta aos autos físicos.

10.9. Os recursos das decisões referentes ao julgamento de propostas e à habilitação ou inabilitação da licitante terão efeito suspensivo.

10.10. Na elaboração de suas decisões, a Presidência da Câmara Municipal de Maringá será auxiliada pela Procuradoria Jurídica da Casa, nos termos do parágrafo único do art. 168 da Lei n. 14.133/2021.

11. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

11.1 Todas as decisões referentes a esta Concorrência serão divulgadas pela Comissão Permanente de Licitações, nos seguintes meios, conforme o caso:

a. Nas sessões de recebimento/abertura de invólucros, julgamento e habilitação, mediante a lavratura em ata;

b. Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes;

c. No Diário Eletrônico Oficial do Município de Maringá, nos casos que a publicação for obrigatória;

d. No Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá (https://maringa.oxy.elotech.com.br/portaltransparencia/6/licitacoes), bem como no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no caso da prática de atos exigidos pela Lei nº 14.133/2021.

12. DO PREÇO

12.1 A licitante concorda com os seguintes termos relativo ao preço:

a. comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Contratante as vantagens obtidas;

b. os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro, quando for o caso;

c. se responsabiliza pelos encargos decorrentes da execução contratual e que respeitará os prazos contratuais referentes ao repasse de valores lhes confiados pela Contratante e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação;

d. está ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidos na Minuta de Contrato;

e. está ciente e de acordo com o disposto das sanções administrativas pelo descumprimento das obrigações assumidas, previstas na Minuta de Contrato.

12.2 A remuneração das licitantes, se dará por meio da composição a seguir:

12.2.1 Percentual de desconto de 55% (cinquenta e cinco por cento), a ser concedido à CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

12.2.2. Honorários de 11% (onze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os refeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

12.2.3. Honorários de 11% (onze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n° 4.680/1965.

12.2.4. Honorários de 11% (onze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e execução de pesquisas para geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionadas à execução do contrato;

12.3. No tocante ao desconto de mídia, as agências deverão reverter à Contratante parcela do “Desconto de Agência” a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído nas Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

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

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

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

13. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

13.1. A Subcomissão Técnica constituída para analisar e julgar as Propostas Técnicas desta CONCORRÊNCIA será composta por 03 (três) membros.

13.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, ou seja, 09 (nove) profissionais previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Maringá, em conformidade com o § 2.º do art. 10 da Lei Federal n. 12.232/2010.

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

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

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

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

13.7. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.3 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

13.8. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Câmara Municipal de Maringá e estabelecerá ordem de classificação de suplentes para eventual substituição dos membros titulares.

14. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

14.1. Não tendo sido interposto recurso após a fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento licitatório será encaminhado pela Comissão Permanente de Licitações à autoridade máxima para adjudicação e homologação.

15. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

15.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

a. dar causa à inexecução parcial do contrato;
b. dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
c. dar causa à inexecução total do contrato;
d. deixar de entregar a documentação exigida;
e. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
f. apresentar declaração ou documentação falsa exigida durante a execução do contrato;
g. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
h. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

15.2. Com fulcro na Lei nº 14.133/2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

a. advertência, aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no item 15.1. "a" das infrações contratuais;
b. multa administrativa no percentual de 2% (dois por cento), por dia de atraso na entrega, sobre o valor contratado, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do objeto, limitada a 30% (trinta por cento) do valor global contratado;
c. multa administrativa de até 30% (trinta por cento) do valor global contratado, a ser aplicada por qualquer das infrações administrativas previstas nas infrações contratuais;
d. impedimento de licitar e contratar com o Município de Maringá, pelo prazo máximo de 03 (três) anos, aplicada pelas infrações contratuais previstas nos itens 15.1 "b" a "e";
e. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, aplicada ao responsável pelas infrações contratuais previstas nos itens 15.1 "f", "g" e "h".
f. A multa aplicada será descontada automaticamente do valor a ser creditado em favor da Contratada. Se o valor a ser descontado for superior ao pagamento devido pela Administração à Contratada, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.
g. A aplicação das sanções acima previstas não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.
h. As multas aplicadas deverão ser recolhidas aos cofres públicos da Municipalidade, em até 05 (cinco) dias úteis, contados de sua publicação no Diário Oficial do Município de Maringá, se não descontadas de crédito existente, a critério da CONTRATANTE.
i. A importância relativa ao valor da multa será corrigida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), ou outro que venha substitui-lo, divulgado pela instituição Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) — com aplicação da regra "*pro-rata die*" para períodos fracionados.
j. A penalidade de multa poderá ser aplicada de forma isolada ou cumulativamente com as demais, inclusive com a rescisão contratual, se for o caso.

k. 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.

l. A apuração de responsabilidades 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.

m. 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.

n. 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.

o. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

16. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

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

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

16.3. A Contratante poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei Federal n. 14.133/2021 e no pacto firmado entre as partes.

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

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

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

16.7. As demais condições contratuais, modelo de fiscalização e gestão contratual, garantia, bem como as causas de rescisão e penalidades contratuais encontram-se no Anexo V – Minuta do Contrato.

17. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitações ou à Presidência da Câmara Municipal de Maringá, em qualquer fase desta CONCORRÊNCIA, a promoção de diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnicas ou dos Documentos de Habilitação.

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

17.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a Contratante tiver conhecimento de fatos supervenientes que não a mantenha em condições de habilitação.

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

17.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

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

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

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

17.10. A Comissão Permanente de Licitações, por motivo de interesse público ou fato superveniente à publicação do Edital, por sua iniciativa ou mediante solicitação, poderá adiar ou prorrogar o prazo para recebimento das Propostas Técnicas, sem a necessidade de republicação do Edital e devolução dos prazos previstos no art. 55 da Lei n. 14.133/2021, desde que a alteração não afete a formulação das propostas, mediante a comunicação via Aviso no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Maringá.

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

17.12. Aos casos omissos aplicar-se-ão as demais disposições constantes das Leis Federais n. 12.232/2010 e 14.133/2021.

Maringá, data da assinatura eletrônica.

SIDNEI TELLES
Presidente em exercício

ANEXO I
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
DO OBJETO

1. OBJETO

1.1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente para estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade, com a finalidade de informar os públicos de interesse da Câmara Municipal de Maringá., observadas as especificações mínimas e prescrições descritas neste Anexo.

1.1.1. Integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.5. A contratada atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Maringá, em conformidade com o art. 3.º da Lei n. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.4, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

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

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

ANEXO II
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
BRIEFING

1. Órgão realizador: Câmara Municipal de Maringá.

2. Campanha Câmara Municipal de Maringá: "Câmara Municipal de Maringá. Com você." O slogan expressa o compromisso do Legislativo municipal com a transparência, o diálogo e a participação cidadã. De uso versátil, pode ser combinado a diferentes frases para reforçar a mensagem: • "Com você, a democracia se fortalece." • "Com você, Maringá vai mais longe." • "Com você, o Legislativo trabalha melhor." A abordagem deve reforçar que a Câmara é espaço de diálogo e construção conjunta, e que a atuação parlamentar só se realiza plenamente com a presença ativa do cidadão.

3. Período de veiculação: 30 (trinta) dias.

4. Verba referencial: R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

5. Público-alvo: População de Maringá.

6. Peças publicitárias de apresentação obrigatória: Devem compor a campanha simulada os seguintes materiais:

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

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

c. 01 (um) roteiro para spot de rádio, de até 30 (trinta) segundos, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de CD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

d. 01 (um) roteiro para vídeo de televisão, de até 30 (trinta) segundos, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de storyboard, bem como de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

e. 01 (um) layout de banner para a internet, sites (banner retangular médio (300x250 pixels), com base em tabela de preços praticada pelos veículos locais, devidamente comprovada por meio de mídia kit, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², não utilizando popup, pois o site não apresenta suporte para esse recurso. Se não houver espaço para o material no formato 300 x 250 pixels, ele poderá ser posicionado onde está o Destaque (banner). O mídia kit deverá ser anexado ao plano de comunicação não identificado, como forma de comprovação do formato e do valor de cada portal.

f. 01 (um) post (jpg + texto) para feed de Facebook (1080 x 1350 px) a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

g. 01 (um) layout de post carrossel (jpg + texto) para Instagram, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², usando o formato usual de 1080 x 1350 pixels para cada uma das artes que compõe o carrossel;

h. 01 (um) roteiro para vídeo de YouTube, de até 30 (trinta) segundos, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m², sendo proibida a apresentação de storyboard, bem como de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravado;

i. 01 (um) layout para flyer (sem dobra) frente e verso (10 x 15 cm), impresso em uma única folha, a ser apresentado em papel sulfite A4 75 g/m²;

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

7. Introdução:

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

O Plano de Comunicação da campanha institucional simulada deve ser elaborado de acordo com este *Briefing*. Para tanto, as licitantes precisam considerar o período de duração e/ou veiculação, respeitar o limite da verba referencial, estabelecida em R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) – incluindo todos os custos de criação, produção e veiculação –, e contemplar o público-alvo desejado, que é a população de Maringá, como um todo.

A campanha simulada deve considerar, também, os recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Maringá – Facebook (Câmara de Maringá), Instagram (@camara.maringa), Youtube (@TVCAMARAMARINGA) e site (www.cmm.pr.gov.br), sem custos de veiculação.

8. Contexto:

A presente licitação tem por objeto a contratação de agência de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 14.133/2021 (aplicada subsidiariamente), para a prestação de serviços de publicidade institucional. O conjunto de atividades contratadas compreende o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos públicos de interesse da Câmara Municipal de Maringá.

O principal objetivo é difundir e democratizar a imagem da Câmara Municipal de Maringá como parceira proativa do cidadão maringaense, defensora dos interesses da sociedade e peça essencial para o constante progresso do Município, promovendo o Poder Legislativo como representante de toda a sociedade para a conquista de uma comunidade mais justa e igualitária; incentivando a população a participar ativamente da gestão pública, com acesso pleno a seus direitos e aos variados canais de relacionamento com o Legislativo municipal.

A informação institucional do Poder Legislativo municipal deve estar pautada pelo princípio constitucional da publicidade e tem o objetivo de divulgar, com transparência, seus papéis, ações e serviços disponibilizados ao cidadão.

Como parte do processo licitatório, as licitantes deverão apresentar uma campanha publicitária institucional simulada, de caráter exclusivamente técnico, nos termos do art. 8º da Lei nº 12.232/2010 e conforme as orientações deste briefing.

9. Objetivos da Comunicação:

A proposta deverá buscar atingir os seguintes objetivos estratégicos:

- Reforçar o posicionamento da Câmara Municipal como espaço de escuta, representação e participação cidadã;
- Valorizar a atuação parlamentar e sua relevância no cotidiano da população;
- Promover o fortalecimento da imagem institucional do Poder Legislativo municipal;
- Estimular o engajamento popular nas atividades legislativas;

- Incentivar o orgulho de ser maringaense, relacionando-o ao papel da Câmara Municipal na construção coletiva da cidade;
- Construir uma percepção positiva sobre a atuação parlamentar, apresentando os diferentes desdobramentos dessa atuação nas esferas do poder público;
- Aproximar o cidadão e incentivar a sua participação junto ao Poder Legislativo municipal e suas ações.

10. Diretrizes para o planejamento:

A proposta apresentada pela agência licitante deverá demonstrar:

- Visão estratégica na elaboração do plano de mídia, de forma a viabilizar uma presença eficaz da comunicação institucional nos veículos de comunicação com a integração entre publicidade tradicional e marketing digital;
- Planejamento estratégico com distribuição racional dos recursos;
- Exequibilidade e compatibilidade com o valor simulado;
- Inclusão dos canais próprios da Câmara na estratégia de comunicação;
- Adequação da linguagem e das peças aos diferentes públicos da cidade;
- Inovação de conceitos e enfoques adequados às expectativas dos diversos segmentos de público e a natureza da instituição;
- Comunicação suprapartidária, institucional e focada no cidadão, no sentido de que as estratégias, ferramentas, projetos, conteúdos e mensagens façam sentido para qualquer pessoa, independentemente de opções ideológicas;
- Inovação, criatividade e foco na cidadania ativa.

11. Ponderações legais:

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

As peças deverão ser entregues em formatos adequados à avaliação, conforme fixado no Edital.

O caráter da campanha é simulado, exclusivo para fins de julgamento técnico da licitação.

O uso de conteúdos protegidos por direitos autorais deve ser evitado ou devidamente sinalizado.

A campanha simulada poderá ser utilizada total ou parcialmente pela Câmara Municipal de Maringá, a critério exclusivo da contratante, após a contratação da agência vencedora.

ANEXO III
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
MODELO DE DECLARAÇÕES DE HABILITAÇÃO

Declaramos, para os devidos fins e especialmente no que se referir ao Edital de CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM, que a Empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____:

- Atende a todos os requisitos de habilitação, em atendimento ao disposto no art. 63, I, da Lei Federal n° 14.133/2021;
- Não mantém, em seu quadro de pessoal, menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, não mantendo ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos;
- 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;
- A remuneração fixada do contrato compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da proposta;
- Nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, não foi condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.
- Inexiste(m) fato(s) superveniente(s) impeditivo(s) para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.
- Não se enquadra em nenhuma das vedações contidas no art. 14 da Lei Federal n.º 14.133/2021, em especial, que não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- Tem ciência de toda a legislação aplicável;
- Não possui vedações legais junto à Administração Pública direta ou indireta das esferas Federal, Estadual, Distrital ou Municipal;
- Não incide em nenhuma das situações impeditivas à contratação, em especial que não possui relação familiar ou de parentesco em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade até o terceiro grau com a máxima autoridade administrativa correspondente ao órgão ou entidade de atuação, ou ainda com ocupante de cargo de provimento em comissão ou em função de confiança, chefia ou assessoramento da Câmara Municipal de Maringá.
- Não possui em seu quadro social membros do Poder Legislativo do Município de Maringá na condição de sócio(s) administrador e/ou de administrador(es), bem como qualquer outra espécie de vínculo direto ou indireto de natureza societária ou associativa.
- Serem verdadeiras as informações prestadas no presente documento, sob pena de responsabilidade civil, administrativa e criminal.

Local, data
(Assinatura)
Nome
Cargo

ANEXO IV
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

A Empresa _____, com sede _____, inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, neste ato representada por _____, representante legal da empresa, portador(a) da Carteira de Identidade RG n. _____ e inscrito(a) no CPF sob n. _____, DECLARA, para fins de participação na CONCORRÊNCIA n. 01/2026-CMM, sob as penas da lei, de que cumpre os requisitos legais de qualificação da condição de microempresa, de empresa de pequeno porte ou microempreendedor individual, bem como que no ano-calendário de realização da licitação, não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolaram a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, estando apta a usufruir dos benefícios previstos nos art. 42 a art. 49 da Lei Complementar Federal nº 123, de 2006.

Local, data

(Assinatura)
Nome
Cargo

ANEXO V
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM
MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N. XX/2026-CMM
PROCESSO N. 38/2026-CMM
CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM

A Câmara Municipal de Maringá, órgão independente do Município de Maringá, com sede e foro nesta cidade de Maringá, Paraná, na Avenida Papa João XXIII, n. 239, Zona 02, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 77.926.509/0001-94, neste ato representada sua Presidente, MAJORIE CATHERINE CAPDEBOSCQ, portadora da Carteira de Identidade RG n. _____ e inscrita no CPF sob n. _____, doravante denominada CONTRATANTE, e a empresa _____, com sede em _____, na _____, inscrita no CNPJ/MF sob o n. _____, neste ato representada por seu _____, brasileiro, residente e domiciliado em _____, portador da Carteira de Identidade RG n. _____ e inscrito no CPF sob o n. _____, doravante denominada CONTRATADA, nos termos do Edital de Concorrência n. 01/2026-CMM, Processo n. 38/2026-CMM, homologada em ____/____/____, atendendo às disposições da Lei n. 14.133/2021, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, a serem realizados na forma de execução indireta, mediante os termos e condições a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal n. 12.232/2010, Lei Federal n. 14.133/2021 e Lei n. 4.680/65 e suas modificações posteriores.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato os itens, as alíneas, os termos e as condições do Edital de CONCORRÊNCIA N. 01/2026-CMM e seus anexos, bem como as disposições constantes das propostas.

1.3. Não poderá figurar como Contratado ou fazer parte do quadro societário da empresa Contratada aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente da Câmara Municipal de Maringá ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO E DO FORNECIMENTO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente para estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade, com a finalidade de informar os públicos de interesse da Câmara Municipal de Maringá.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA TERCEIRA – DO PRAZO E GARANTIA

3.1. O contrato terá prazo de vigência e garantia no período de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por até 10 (dez) anos, nos termos do art. 107, da Lei n. 11.433/2021.

3.2. É juridicamente possível a prorrogação dos contratos de serviços de publicidade pelo prazo de até 10 (dez) anos, com fundamento no art. 107 da Lei nº 14.133/2021, desde que:

a. os serviços contratados sejam caracterizados, no caso concreto, como serviços contínuos, nos termos do art. 6º, inciso XV, da Lei n. 14.133/2021. mediante motivação expressa e fundamentada, não sendo admissível o enquadramento automático em razão da natureza genérica da atividade; e

b. seja demonstrada, em cada prorrogação, a vantajosidade econômica da manutenção contratual em relação à realização de nova licitação.

3.3. Da Garantia:

a. Para assegurar o fiel cumprimento das obrigações pela CONTRATADA, esta deverá oferecer, a título de garantia do contrato, conforme preceituado no artigo 96 da Lei Federal n. 14.133/2021, o montante de 5% (cinco por cento) do valor contratual, obrigatoriamente, **em até 30 (trinta) dias, contados da assinatura do Contrato**,

prorrogável a critério da CONTRATANTE.

1. A garantia poderá ser apresentada por uma das seguintes formas:
   - caução em dinheiro ou titulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural;
   - seguro garantia;
   - fiança bancária, emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil;
   - título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

b. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:
   1. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato;
   2. Prejuízos diretos causados à CONTRATANTE decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
   3. Multas moratórias e punitivas aplicadas pela FISCALIZAÇÃO à CONTRATADA;
   4. Obrigações trabalhistas e previdenciárias não honradas pela CONTRATADA.

c. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos elencados no **item b** acima, na modalidade "Seguro-garantia do Construtor, do Fornecedor e do Prestador de Serviço" com cláusula específica indicando a cobertura adicional de obrigações previdenciárias e/ou trabalhistas não honradas pela CONTRATADA.

d. A garantia apresentada deverá ter validade **durante a execução do contrato** e **90 (noventa) dias após o término da vigência contratual**, devendo ser renovada a cada prorrogação contratual, conforme valor atualizado do contrato.

e. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do **valor anual atualizado do contrato** por dia de atraso, até o máximo de 2% (dois por cento).

f. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover o bloqueio dos pagamentos devidos à CONTRATADA, até o limite de 5% (cinco por cento) do **valor anual atualizado do contrato**, a título de garantia.
   1. O bloqueio efetuado com base nesta cláusula não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à CONTRATADA.
   2. A CONTRATADA, a qualquer tempo, poderá substituir o bloqueio efetuado por quaisquer das modalidades de garantia acima indicadas.

g. O valor da multa moratória decorrente do atraso da entrega da garantia poderá ser glosado de pagamentos devidos à CONTRATADA.

h. O número do contrato garantido e/ou assegurado deverá constar dos instrumentos de garantia ou seguro a serem apresentados pelo garantidor e/ou segurador.

i. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pela CONTRATANTE com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à CONTRATADA.

j. Quando da abertura de processos para eventual aplicação de penalidade, a Administração da CONTRATANTE deverá comunicar o fato à seguradora e/ou fiadora paralelamente às comunicações de solicitação de defesa prévia à CONTRATADA bem como as decisões finais de 1ª e última instância administrativa.

k. A garantia será considerada extinta:
   1. Com a devolução da apólice ou carta fiança, acompanhada de declaração da CONTRATANTE, mediante termo circunstanciado, de que a CONTRATADA cumpriu todas as cláusulas do contrato;
   2. Com o término da vigência do contrato, observado o prazo previsto no item "d", que poderá, independentemente da sua natureza, ser estendido em caso de ocorrência de sinistro.

l. A garantia somente será liberada mediante a comprovação, pela CONTRATADA, de que pagou todas as verbas rescisórias trabalhistas decorrentes da contratação. Caso esse pagamento não ocorra até o fim do segundo mês após o encerramento da vigência contratual, a garantia poderá ser utilizada para pagamento das referidas verbas trabalhistas.

m. Para efeitos da execução da garantia, os inadimplementos contratuais deverão ser comunicados pela CONTRATANTE à CONTRATADA e/ou à Instituição Garantidora, no prazo de até 90 (noventa) dias após o término de vigência do contrato.

n. A CONTRATADA deverá apresentar, no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da solicitação da CONTRATANTE, comprovante de renovação/integralização da garantia quando dela forem deduzidos quaisquer valores, ou quando houver redimensionamento do contrato ou repactuação de preços, ou alteração de vigência contratual, conforme disposto no contrato.

o. A não apresentação da cobertura de garantia importará em rescisão contratual, com a aplicação das penalidades previstas para o descumprimento total da obrigação.

CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR

4.1. O valor global deste contrato é de até R$ 1.803.950,17 (um milhão, oitocentos e três mil, novecentos e cinquenta reais e dezessete centavos).

CLÁUSULA QUINTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. As despesas com a execução do presente contrato correrão à conta da seguinte dotação orçamentária: 3.3.90.39.00.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA, classificada no seguinte desdobramento de despesa: 3.3.90.39.88.00 - Serviços de Publicidade e Propaganda.

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

CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES

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

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

a.1) os prazos para elaboração e entrega das peças e materiais publicitários à Contratante, para a sua aprovação, serão de 02 (dois) dias, na criação de peça avulsa; 05 (cinco) dias na criação de campanha; e 05 (cinco) dias na elaboração de plano de mídia. Havendo a necessidade de ajustes nas peças ou materiais apresentados, os prazos poderão ser prorrogados por, no máximo, 10 (dez) dias, para entrega da versão definitiva, contados da devolução do material a ser retificado.

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

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

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

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

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

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

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

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

i.1) administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria CONTRATANTE;

i.2) exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato;

i.3) contratar, obrigatoriamente, microempresas ou empresas de pequeno porte, em atendimento ao disposto no art. 48, inc. II, da Lei Complementar n. 123/2006;

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

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

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

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

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

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

p) manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na CONCORRÊNCIA que deu origem a este ajuste;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

y) No caso de empresa com sede fora do Município de Maringá, manter representante legal em filial, departamento ou escritório com endereço em Maringá/PR durante o tempo em que estiver em vigor o contrato, com capacidade para dirimir quaisquer dúvidas de caráter técnico, jurídico e administrativo originadas de sua execução, bem como para todos os entendimentos que se fizerem necessários entre as partes, sob pena de rescisão contratual.

z) Cumprir as exigências de reserva de cargos para pessoas com deficiência, ou empregados reabilitados, de acordo com os parâmetros fixados no art. 93, da Lei Federal nº 8.213, de 24 de julho de 1991, sob pena de extinção contratual;

z.1) Informar à Contratante eventual modificação do percentual de reserva de cargos para pessoas com deficiência ou empregados reabilitados, para fins de acompanhamento e fiscalização do contrato, sujeitando-se à imposição de penalidades em caso de descumprimento;

6.2. Caberá à **CONTRATANTE**:

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

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

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

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

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

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

g) Efetuar o(s) pagamento(s) à Contratada, conforme previsto no Contrato, sob pena de incidência de juros e correção monetária, contados da data de vencimento da obrigação;

h) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

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

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

CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO E DA GESTÃO DO CONTRATO

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

7.1.1. Os Agentes públicos responsáveis pelo acompanhamento e fiscalização do contrato serão:

1. FISCAIS DE CONTRATO: Titular - Ricardo Tadeu Lucena, Diretor de Comunicação Social; Suplente: Luan Giovane Fava Ribeiro, Coordenador de Comunicação Social da Câmara Municipal de Maringá;
2. GESTOR DE CONTRATO: Jaqueline Tortola Ribeiro Sisti, designada gestora de Contratos da Câmara Municipal de Maringá, conforme Portaria 418/2026.

7.1.2. As comunicações entre o contratante e o contratado deverão ocorrer através dos endereços e telefones abaixo:

1. Fiscalização: e-mail **ricardolucena@cmm.pr.gov.br** e telefone: (44) 3027-4068.
2. Gestão de Contratos: e-mail **contratos@cmm.pr.gov.br** e telefone: (44) 3027-4051.
3. Contratado: _____- e-mail:_____- telefone (XX) _____.

7.3. No exercício de suas funções, o fiscal e o gestor de contrato deverão observar as seguintes disposições:

7.3.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações e responsabilidades assumidas pela Contratada, incluindo o descumprimento das obrigações trabalhistas, não recolhimento das contribuições sociais, previdenciárias ou para com o FGTS ou a não manutenção das condições de habilitação, ensejará a aplicação de sanções

administrativas, previstas no instrumento convocatório e na legislação vigente, podendo culminar em rescisão contratual, por ato unilateral da Contratante.

7.3.2. Caso seja constatada a não manutenção das condições de habilitação fiscal e trabalhista no curso da execução, será oportunizada a regularização pela Contratada pelo prazo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por 10 (dez) dias mediante justificativa.

7.3.3. Caso não seja comprovada a regularização das condições de habilitação no prazo supra, o gestor de contratos comunicará a autoridade superior para decidir, a partir das consequências práticas de sua decisão, sobre a possibilidade de abertura de procedimento sancionatório e eventual rescisão contratual.

7.3.4. O fiscal técnico do contrato anotará no processo de acompanhamento técnico todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

7.3.5. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

7.3.6. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão da autoridade competente ou adoção de medidas saneadoras, por exemplo, aditamentos e apostilamentos.

7.3.7. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

7.3.8. O gestor do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação fiscal e trabalhista da contratada, acompanhará a apresentação de garantias, a indicação de preposto ou responsável, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

7.4. O gestor do contrato emitirá o atestado de capacidade técnica ou avaliação do desempenho contratual, quando solicitado, a partir dos registros e relatórios elaborados pelo fiscal no processo de acompanhamento técnico.

7.5. Quaisquer exigências da fiscalização, inerentes ao objeto do contrato, deverão ser prontamente atendidas pela Contratada, sem ônus para o Contratante e nos prazos estabelecidos

7.6. No prazo máximo de 25 (vinte e cinco) dias após a extinção do contrato, o fiscal do contrato deverá elaborar relatório final sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração, na forma da alínea "d" do inciso VI do §3º do art. 174 da Lei Federal n. 14.133 de 2021, e encaminhar ao gestor de contratos para publicação.

7.7. Após o recebimento do relatório final confeccionado pelo fiscal, nos termos do item 6.6 supra, o gestor de contrato analisará eventual necessidade de complementação e publicará no Portal Nacional de Contratações Públicas no prazo máximo de 5 (cinco) dias.

CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO

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

a) pelo ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com desconto de 55% (cinquenta e cinco por cento), baseado na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR;

b) pela percepção de honorários de 11% (onze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os refeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) pela percepção de honorários de 11% (onze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n° 4.680/1965;

d) pela percepção de honorários de 11% (onze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e execução de pesquisas para geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionadas à execução do contrato;

8.1.1. No tocante ao desconto de mídia, as agências deverão reverter à Contratante parcela do "Desconto de Agência" a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído nas Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

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

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

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

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

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

CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DEZ – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

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

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

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

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

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

10.3. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

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

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

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

CLÁUSULA ONZE - CRITÉRIOS DE REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

11.1. Do reajustamento em sentido estrito:

11.1.1. A cada período de 12 (doze) meses de prestação de serviços, admite-se a correção dos preços, exclusivamente, a título de atualização monetária, para fins de reposição das perdas decorrentes da inflação verificada no período, mediante a aplicação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA/IBGE, acumulado em 12 (doze) meses, contados do orçamento estimativo (agosto/2026), observada, necessariamente, a existência e o limite da dotação orçamentária.

11.2. Da revisão do contrato ou reequilíbrio econômico e financeiro:

11.2.1. A revisão ou reequilíbrio econômico-financeiro do contrato tem lugar quando a interferência causadora do desequilíbrio econômico-financeiro consistir em um fato imprevisível ou previsível de consequências incalculáveis, anormal e extraordinário, isto é, que não esteja previsto no contrato, e nem poderia estar.

11.2.2. A revisão ou reequilíbrio econômico-financeiro pode ser concedido a qualquer tempo, independentemente de previsão contratual, desde que verificados os seguintes requisitos:

1. o evento seja futuro e incerto;
2. o evento ocorra após a apresentação da proposta;
3. o evento não ocorra por culpa da contratada;
4. a possibilidade da revisão contratual seja aventada pela contratada ou pela contratante;
5. a modificação seja substancial nas condições contratadas, de forma que seja caracterizada alteração desproporcional entre os encargos da contratada e a retribuição do contratante;
6. haja nexo causal entre a alteração dos custos com o evento ocorrido e a necessidade de recomposição da remuneração correspondente em função da majoração ou minoração dos encargos da contratada;
7. seja demonstrado no processo administrativo a quebra de equilíbrio econômico-financeiro do contrato, por meio de apresentação de planilha de custos e documentação comprobatória correlata que demonstre que a contratação se tornou inviável nas condições inicialmente pactuadas.

CLÁUSULA DOZE - SUSTENTABILIDADE E LOGÍSTICA REVERSA

12.1. Durante todo o período de vigência contratual, a Contratada deverá observar objetivos e ações referentes a critérios e a práticas de sustentabilidade, nas dimensões econômica, social, ambiental e cultural.

12.2. Na presente contratação não haverá exigência de logística reversa, por se tratar de prestação de serviços.

CLÁUSULA TREZE - DAS INFRAÇÕES CONTRATUAIS

13.1. A Contratada será responsabilizada administrativamente pelas seguintes infrações:

13.1.1. dar causa à inexecução parcial do contrato;

13.1.2. dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

13.1.3. dar causa à inexecução total do contrato;

13.1.4. deixar de entregar a documentação exigida;

13.1.5. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

13.1.6. apresentar declaração ou documentação falsa exigida durante a execução do contrato;

13.1.7. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

13.1.8. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

CLÁUSULA QUATORZE - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Pelo cometimento de qualquer das infrações contratuais, especialmente em razão da inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, garantida a ampla defesa e o contraditório, bem como as normas previstas na Lei n. 14.133/2021, a Administração poderá aplicar à Contratada, as seguintes sanções:

14.1.1. advertência, aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no item 13.1.1 das infrações contratuais;

14.1.2. multa administrativa no percentual de 2% (dois por cento), por dia de atraso na entrega, sobre o valor contratado, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do objeto, limitada a 30% (trinta por cento) do valor global contratado;

14.1.3. multa administrativa de até 30% (trinta por cento) do valor global contratado, a ser aplicada por qualquer das infrações administrativas previstas nas infrações contratuais;

14.1.4. impedimento de licitar e contratar com o Município de Maringá, pelo prazo máximo de 03 (três) anos, aplicada pelas infrações contratuais previstas nos itens 13.1.2 a 13.1.5 da Cláusula Treze;

14.1.5. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, aplicada ao responsável pelas infrações contratuais previstas nos itens 13.1.6, 13.1.7 e 13.1.8, da Cláusula Treze.

14.2. A penalidade de multa poderá ser aplicada de forma isolada ou cumulativamente com as demais, inclusive com a rescisão contratual, se for o caso.

14.3. A multa aplicada será descontada automaticamente do valor a ser creditado em favor da Contratada. Se o valor a ser descontado for superior ao pagamento devido pela Administração à Contratada, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

14.4. A aplicação das sanções acima previstas não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

14.5. As multas aplicadas deverão ser recolhidas aos cofres públicos da Municipalidade, em até 05 (cinco) dias úteis, contados de sua publicação no Diário Oficial do

Município de Maringá, se não descontadas de crédito existente, a critério da CONTRATANTE.

14.6. A importância relativa ao valor da multa será corrigida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), ou outro que venha substitui-lo, divulgado pela instituição Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) — com aplicação da regra "*pro-rata die*" para períodos fracionados.

CLÁUSULA QUINZE - DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

15.1. Constituirão motivos para rescisão do contrato, a qual deverá ser formalmente motivada nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, sem prejuízo de outras penalidades cabíveis, as seguintes situações:

15.1.1. Não cumprimento ou cumprimento irregular de normas editalícias ou de cláusulas contratuais, de especificações, de projetos ou de prazos;

15.1.2. Desatendimento das determinações regulares emitidas pela autoridade designada para acompanhar e fiscalizar sua execução ou por autoridade superior;

15.1.3. Alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que restrinja sua capacidade de concluir o contrato;

15.1.4. Decretação de falência ou de insolvência civil, dissolução da sociedade ou falecimento do contratado;

15.1.5. Caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos da execução do contrato;

15.1.6. Razões de interesse público, justificadas pela autoridade máxima do órgão ou da entidade contratante;

15.1.7. Não cumprimento das obrigações relativas à reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz.

CLÁUSULA DEZESSEIS - DOS ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES

16.1. A Contratada será obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

16.2. As supressões resultantes de acordo celebrado entre os contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento).

CLÁUSULA DEZESSETE - DA DOCUMENTAÇÃO CONTRATUAL E DOS CASOS OMISSOS

17.1. Será incorporada a este Contrato, mediante termos aditivos, qualquer modificação que venha a ser necessária durante a sua vigência, decorrente de alteração das obrigações assumidas pela CONTRATADA, especificações, prazos ou normas gerais de serviços da CONTRATANTE.

17.2. Nos casos omissos aplicar-se-ão as disposições constantes da Lei nº 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021, Decreto-Lei n. 4.657/1942, com a redação dada pela Lei n. 12.376/2010, e Lei Complementar n. 123, de 2006, subsidiariamente.

CLÁUSULA DEZOITO - DO FORO

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

CLÁUSULA DEZENOVE - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

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

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

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

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

Maringá/PR, data da assinatura eletrônica.

CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ
Majorie Catherine Capdeboscq
CONTRATANTE

CONTRATADA

ANEXO I - CONTRATO
MATRIZ DE RISCOS

Evento Superveniente	Alocação do Risco	Justificativa	Consequência
Atraso injustificado na elaboração ou entrega de peças e planos de mídia	CONTRATADA	A agência deve cumprir os prazos de entrega previstos .	Aplicação de multa moratória de 2% por dia de atraso (limitada a 30% do valor global) e eventual rescisão por inexecução parcial.
Veiculação de peças com erros técnicos, conceituais ou de ortografia/gramática	CONTRATADA	A execução técnica, revisão e garantia de qualidade das peças constituem responsabilidade direta da agência.	Obrigação de refazer ou reparar o serviço sem custos adicionais e não pagamento dos layouts/materiais rejeitados.
Violação de direitos autorais, de imagem ou de propriedade intelectual de terceiros	CONTRATADA	Cabe à Contratada negociar e obter a cessão de direitos autorais/imagem, respondendo por eventuais demandas de terceiros.	Responsabilização exclusiva em ações judiciais, dever de indenizar a Contratante e reparação integral dos danos causados.
Glosa ou questionamento de veiculação por falta de comprovação técnica.	CONTRATADA	A liberação de pagamento depende da comprovação da veiculação mediante relatórios e notas do veículo/fornecedor.	Retenção do pagamento da parcela controversa até a devida regularização das evidências de veiculação.

Reprovação ou pedido de ajustes nas peças apresentadas pela Contratante	CONTRATADA	A liberação de pagamento depende da comprovação da veiculação mediante relatórios e notas do veículo/fornecedor.	Retenção do pagamento da parcela controversa até a devida regularização das evidências de veiculação.
Reprovação ou pedido de ajustes nas peças apresentadas pela Contratante	CONTRATADA	A execução de qualquer serviço depende da aprovação prévia e formal da Administração.	Concessão de prazo para entrega da versão definitiva retificada, sem aumento do prazo final do contrato.
Contratação de fornecedores externos sem a obtenção do número mínimo de orçamentos	CONTRATADA	É obrigação da Contratada realizar cotação e apresentar, no mínimo, três orçamentos de fornecedores regularizados.	Nulidade das despesas efetuadas sem aprovação prévia ou em desconformidade com as regras de cotação.
Vazamento ou divulgação não autorizada de informações e estratégias da Contratante	CONTRATADA	O contrato impõe irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados ou estratégias fornecidos.	Rescisão contratual imediata, aplicação de sanções administrativas e responsabilização por perdas e danos.
Descumprimento da obrigação de manter filial/escritório ou representante em Maringá/PR	CONTRATANTE	A minuta exige que a agência sediada fora mantenha representante/filial em Maringá durante a vigência.	Notificação para regularização, aplicação de penalidades cabíveis e potencial rescisão unilateral do contrato.
Atraso na liberação de informações, briefings ou aprovações pela Câmara	CONTRATANTE	Cabe à Contratante fornecer elementos, informações e aprovações necessárias para a execução dos serviços.	Prorrogação proporcional dos prazos afetados para a entrega das peças/campanhas, sem penalização da Contratada.
Atraso no pagamento das faturas por culpa exclusiva da Contratante	CONTRATANTE	O pagamento deve ocorrer em até 15 dias da apresentação dos documentos devidamente atestados.	Incidência de juros moratórios de 0,5% ao mês e atualização monetária pelo IPCA sobre o valor da parcela vencida.
Não utilização do saldo total da verba orçamentária prevista (R$ 1.803.950,17)	CONTRATADA	A Contratante reserva-se o direito de utilizar ou não a totalidade do valor orçado conforme sua necessidade.	A não utilização integral da verba não gera direito a indenização ou compensação financeira em favor da Contratada.
Alteração substancial da política de comunicação ou cancelamento de campanha por interesse público	CONTRATANTE	A Administração pode alterar ou interromper serviços por razões de interesse público devidamente justificadas.	Pagamento dos serviços efetivamente realizados e das obrigações já assumidas com terceiros até a data do comunicado.
Alterações legislativas ou regulatórias na legislação de publicidade ou licitações	COMPARTILHADO	Evento externo decorrente de alteração no ordenamento jurídico (ex: Lei nº 12.232/2010 ou Lei nº 14.133/2021).	Adequação formal do contrato por meio de termo aditivo e readequação das rotinas operacionais sem penalidades.
Decisão judicial ou do Tribunal de Contas suspendendo a execução contratual	COMPARTILHADO	Determinação de órgão externo ou do Poder Judiciário não decorrente diretamente de culpa comprovada das partes.	Suspensão da execução do contrato, adequação do cronograma ou rescisão sem penalidades para ambas as partes.
Fatos imprevisíveis que causem desequilíbrio econômico-financeiro (álea extraordinária)	COMPARTILHADO	Fatos imprevisíveis ou de consequências incalculáveis que alterem desproporcionalmente os encargos contratados.	Abertura de processo administrativo para análise do pleito de recomposição e reequilíbrio econômico-financeiro.
Elevação ordinária dos custos operacionais e de insumos da agência	CONTRATADA	Variações ordinárias de mercado fazem parte do risco empresarial da Contratada.	Absorção dos custos pela Contratada, ressalvado o reajuste anual por índice inflacionário (IPCA) após 12 meses.

Documento assinado eletronicamente por **Sidnei Oliveira Telles Filho**, **Presidente em Exercício**, em 22/09/2026, às 10:05, conforme Lei Municipal 9.730/2014.

A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.cmm.pr.gov.br/verifica informando o código verificador **0479606** e o código CRC **88BDBB0A**.