



Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Prestação de serviços de publicidade para atender a demanda da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu (CMFI). CATSER: 836 (grupo) e 892 (serviço).

1.2. Os serviços de publicidade a serem contratados se enquadram como atividades materiais acessórias, instrumentais ou complementares aos assuntos de competência legal do órgão ou entidade, conforme estabelecido pela Lei nº 12.232/2010. Eles são essenciais para promover a transparência, a comunicação institucional e a divulgação de informações de interesse público, apoiando diretamente as atividades legislativas e administrativas da entidade contratante. As campanhas publicitárias visam informar a população sobre iniciativas, decisões e projetos relevantes do Legislativo, promovendo o acesso à informação e o fortalecimento da democracia. Garantir uma comunicação eficaz é fundamental para que as decisões legislativas sejam compreendidas e apoiadas pela comunidade, reforçando a confiança pública e assegurando o bom funcionamento da democracia local.

1.3. O objeto do contrato será adjudicado a 01 (uma) agência de publicidade mediante processo licitatório na modalidade concorrência, presencial, com critério de julgamento técnica e preço.

1.4. As propostas das licitantes deverão observar o Briefing (Anexo I do ETP) e as orientações estabelecidas no Edital.

1.4.1. A não utilização do Catálogo Eletrônico de Padronização para a contratação de serviços de publicidade justifica-se por diversas razões de ordem técnica, operacional e estratégica, devidamente explanadas no Estudo Técnico Preliminar.

1.5. A contratação adotará regime de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço global.

1.6. O prazo de vigência do contrato será de 60 (sessenta) meses, contados a partir da assinatura do instrumento contratual, podendo ser prorrogado por interesse das partes, conforme legislação vigente. Eventual prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da contratada, a ser efetuada pela contratante.

1.7. O serviço de publicidade é caracterizado como de natureza contínua, evidenciada pela necessidade de um fluxo ininterrupto de atividades criativas, técnicas e estratégicas para atender às demandas institucionais e de comunicação pública. A prestação desses serviços requer um acompanhamento constante, a atualização recorrente de conteúdos e campanhas, e uma capacidade de resposta ágil às mudanças e necessidades emergentes.

1.8. A contratação pretendida está prevista no Plano de Contratações Anual de 2026 da CMFI: item 5, integrando os gastos previstos na rubrica de outros serviços de terceiros - Pessoa Jurídica (3.3.90.39).

1.9. A contratação será regida pelas disposições da Lei n. 12.232/2010 e aplicação, de forma complementar, da Lei n. 14.133/2021, da Lei n. 4.680/1965 e decretos regulamentadores.

2. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

2.1. De acordo com o Parágrafo único, do Art. 9º-A, da Resolução Legislativa nº 15/2003, a Diretoria de Comunicação tem por finalidades a coordenação das atividades de divulgação, informação e esclarecimento ao público quanto aos trabalhos parlamentares, e o assessoramento aos membros da Câmara Municipal em suas relações com os meios de comunicação.

2.2. A comunicação do Poder Legislativo Municipal baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37º da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades legislativas.

2.3. A Câmara Municipal de Foz do Iguaçu desempenha um papel essencial na gestão pública local, representando os interesses dos cidadãos e garantindo o bom funcionamento da democracia. Para cumprir suas responsabilidades de forma eficaz, é fundamental que a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu mantenha um canal de comunicação eficiente com a população. A divulgação das atividades, decisões e projetos legislativos é crucial para manter os munícipes informados, promover a transparência e fortalecer a confiança pública.

2.4. Apesar de suas importantes funções e das decisões que impactam diretamente a vida dos cidadãos, a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu enfrenta um desafio significativo: a falta de visibilidade e engajamento público. A escassez de conscientização sobre suas atividades tem levado a uma desconexão entre a Câmara e a comunidade.

2.5. Como órgão legislativo fundamental para a cidade, a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu tem um papel vital na representação e no desenvolvimento local. Para assegurar que seus esforços e realizações sejam conhecidos e compreendidos pelo público, a publicidade emerge como uma ferramenta indispensável.

2.6. Uma comunicação eficaz é essencial para que a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu cumpra seu papel de forma transparente e participativa. A ausência de divulgação adequada pode resultar em um déficit de informação entre os cidadãos, levando à desconfiança, falta de engajamento e percepção negativa da administração pública. Além disso, a comunicação ineficaz pode comprometer a compreensão da população sobre o funcionamento e as realizações do Poder Legislativo Iguaçuense, impactando negativamente sua imagem.

2.7. A publicidade permite que a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu se comunique de forma transparente com os cidadãos, promovendo o engajamento cívico ao divulgar atividades, projetos e decisões por meio de diversos canais. Essa prática informa a população sobre questões que impactam a comunidade e incentiva a participação política, além de fortalecer a legitimidade e confiança nas instituições públicas. Através de campanhas informativas, a Câmara educa e conscientiza sobre direitos civis e políticas públicas, promovendo uma participação mais ativa. A publicidade também assegura a prestação de contas, demonstrando compromisso com a responsabilidade fiscal e a boa governança, reforçando a confiança dos cidadãos.

2.8. Para que as informações cheguem a todos os moradores de Foz do Iguaçu, é preciso criar campanhas publicitárias grandes, que mostrem o que o Legislativo está fazendo. Mas tem um desafio importante: para essas campanhas chegarem de fato às pessoas, elas precisam ser divulgadas em meios de comunicação como TV, rádio, jornais, redes sociais e por aí vai. O problema é que, por lei (Lei 12.232/2010), essas campanhas só podem ser feitas por meio de agências de publicidade, que funcionam como intermediárias para a Câmara contratar esses serviços.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

2.9. Ainda assim, existe a necessidade de produzir pesquisas de mercado e análises de público-alvo para desenvolver estratégias de comunicação específicas para a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu. Isso inclui identificar os canais de comunicação mais eficazes para alcançar os cidadãos, seja por meio de mídia tradicional, digital ou eventos comunitários. Além disso, é crucial conceber e implementar campanhas de conscientização sobre o papel e as atividades da Câmara Municipal, destacando sua importância para a comunidade e incentivando o engajamento cívico. Isso pode envolver a produção de materiais educativos, como vídeos explicativos, áudios, folhetos informativos e etc.

2.10. Para concluir, fica claro que a publicidade tem um papel fundamental para conectar a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu com a população. É importante manter e melhorar a transparência, garantindo que todos saibam o que está sendo feito no Legislativo e como isso impacta suas vidas. A ideia é simples: quanto mais as pessoas souberem sobre as ações e projetos, mais elas poderão se engajar e participar ativamente. Para isso, as campanhas precisam ser amplas, acessíveis e passar pelas mídias certas, facilitando o acesso a informações que ajudam os cidadãos a entenderem seus direitos e como agir para garanti-los. Assim, a Câmara consegue ser mais transparente, próxima e presente na vida da comunidade.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

3.1. A solução escolhida como um todo se respalda, essencialmente, na legislação que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade (Lei nº 12.232/2010).

3.2. A licitação proposta visa atualizar alguns dispositivos contratuais constantes das contratações anteriores, de forma a promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

3.3. Em resumo, a solução escolhida como um todo traz como elementos centrais as seguintes partes necessárias ao atendimento da demanda:

Objeto	O conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
Empresas contratar	a Os serviços de publicidade são prestados necessariamente por intermédio de agências de publicidade e propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Será contratada 1 (uma) agência de publicidade.
Atividades complementares	O §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010 estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares: I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

	<p>difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;</p> <p>II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;</p> <p>III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.</p>
Estimativa de quantidades	<p>A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.</p> <p>Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de publicidade e propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.</p>
Modalidade e tipo de licitação	<p>Concorrência do tipo "técnica e preço", nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010.</p>
Requisitos da proposta técnica	<p>Apresentação do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações nos termos dos artigos 6º, 7º e 8º da Lei nº 12.232/2010, incluindo a figura da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.</p> <ul style="list-style-type: none">- Estudo apresentado para atualização da pontuação de cada quesito da Proposta Técnica.- Pontuação mínima exigida de 70% do total de pontos.
Requisitos da proposta de preços	<p>Apresentação de Proposta de Preços com:</p> <ul style="list-style-type: none">- Novos parâmetros de percentuais dos custos internos sobre a tabela do Sindicato das Agências de Propaganda (Sinapro);- Modernização dos quesitos de honorários para serviços especializados com estabelecimento de faixas de honorários baseados no CENP.
Requisitos da habilitação	<ul style="list-style-type: none">- Certificado de qualificação técnica de funcionamento do Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;- declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto;- Equipe técnica mínima;- Habilitação jurídica, regularidade fiscal, social e trabalhista, qualificação econômico-financeira.
Requisitos das comissões de julgamento	<p>De acordo com a Lei nº 12.232/2010, as diversas etapas do processo licitatório serão conduzidas pelas seguintes comissões:</p>





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

	<p>a) Comissão Especial, que será constituída e nomeada conforme as normas vigentes no Município de Foz do Iguaçu, e incumbida de gerenciar integralmente o processo licitatório;</p> <p>b) Subcomissão Técnica, formada e designada especificamente para a avaliação das Propostas Técnicas, conforme os §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, composta por no mínimo três membros que possuam formação em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que ao menos um terço deles não poderá ter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.</p>
Requisitos para assinatura e execução do contrato	<ul style="list-style-type: none">- Prazo de 10 (dez) dias para assinatura do contrato;- Consulta ao cadastro de impedidos de licitar;- Garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços;- Cadastro de fornecedores e apresentação de três orçamentos, conforme artigo 14 da Lei nº 12.232/2010;- Sessão Pública com fornecedores, ainda conforme artigo 14 da Lei nº 12.232/2010, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;- Comprovantes para pagamento conforme artigo 15 da Lei nº 12.232/2010;- Conhecimento dos Manuais de Publicidade.
Serviço de natureza contínua	Os serviços de publicidade, pela sua própria natureza e pelas exigências inerentes ao seu campo de atuação, são caracterizados como serviços de natureza contínua.
Duração dos contratos	A duração inicial do contrato proposta é de 60 (sessenta) meses, com possibilidade de prorrogação, mediante acordo entre as partes, pelo mesmo período, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, conforme a legislação vigente. Esta duração é justificada pela necessidade de assegurar a continuidade das campanhas publicitárias, que devem estar alinhadas com os objetivos de comunicação de longo prazo da instituição.
Desconto-padrão de agência	Aplicação do desconto-padrão de agência relativo ao "Anexo B" das Normas-Padrão do CENP, com valor de 20%.
Valor da contratação	Estimativa do valor da contratação de R\$1.150.000,00 (um milhão, cento e cinquenta mil reais) considerando estudo baseado em: <ul style="list-style-type: none">- Valores da última licitação;- Comparativo de investimentos publicitários com outros órgãos públicos;- Reajuste inflacionário.
Parcelamento da contratação	O serviço de publicidade não envolve a discriminação de atividades predeterminadas, não há definição precisa das ações com antecedência, não sendo possível o parcelamento da contratação.
Contratações correlatas e/ou interdependentes	As contratações dos serviços de publicidade são necessariamente intermediadas pelas agências, não havendo, portanto, contratações cujos objetos sejam similares ou correspondentes ao serviço prestado pelas agências.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

Resultados pretendidos	<ul style="list-style-type: none">- Desempenhar a missão e competência da Diretoria de Comunicação de planejar, propor, executar e acompanhar a política municipal de comunicação social do Poder Legislativo.- Agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do Poder Legislativo Municipal.- Divulgar para o maior número de pessoas possível os atos e orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.
------------------------	---

3.4. De acordo com o §2º do art. 2º da Lei 12.232/2010, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

3.5. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, do § 1º do art. 2º, o art. 3º da mesma Lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

3.6. Com base nos estudos realizados, conclui-se que a contratação prevista será realizada conforme os critérios estabelecidos pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, conforme descrito a seguir:

3.6.1. Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

3.6.2. Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

3.6.3. Executar todos os serviços de acordo com os prazos e as demais especificações estipuladas pela Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

3.6.4. A agência poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

3.6.5. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da Presidência e Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu e implica a atuação da agência por conta e ordem da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

3.6.6. A Câmara Municipal de Foz do Iguaçu deverá ser previamente identificada pela agência no ato de contratação de veículos de divulgação.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

3.6.7. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

3.6.8. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

3.6.9. As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, devendo a agência adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

3.6.10. A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da agência, que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos do contrato por esta firmado, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

3.6.11. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da Diretoria de Comunicação e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

3.6.12. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

3.6.13. Pertencem à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à agência, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

3.6.14. A agência não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

3.6.15. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, a agência deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

3.6.16. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, com exceção à compra de mídia:

- a) fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- b) só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- c) apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

d) exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

e) a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura digital do responsável pela cotação;

f) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

g) para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação: “atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

3.6.17. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste contrato, a agência coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

3.6.18. A Câmara Municipal de Foz do Iguaçu procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que se e quando julgar conveniente, a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

3.6.19. Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu e sem ônus para este, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga).

3.6.20. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

3.6.21. Disponibilizar à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

3.6.22. Entregar à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

3.6.23. Entregar à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, em meio eletrônico, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

3.6.24. Elaborar, sempre que solicitado pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

3.6.25. Prestar esclarecimentos à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.

3.6.26. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

3.6.27. A agência é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

3.6.28. Sempre que solicitado pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, a agência deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

3.6.29. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados.

3.6.30. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos serviços.

3.6.31. A agência também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

3.6.32. Havendo condenação contra a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, a agência lhe reembolsará as importâncias que tenham sido obrigadas a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

3.6.33. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

3.6.34. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

4. VALOR MÁXIMO DA LICITAÇÃO

4.1. O valor máximo da licitação é de R\$ 1.150.000,00 (um milhão, cento e cinquenta mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.1.1. A justificativa para o valor apresentado encontra-se no Estudo Técnico Preliminar e no Despacho nº 7 do Processo Administrativo 1Doc nº 5.953/2025.

4.2. A estimativa de quantidades não é aplicável aos serviços de publicidade.

4.3. A contratante se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.4. A remuneração à contratada pelos serviços prestados será feita nos termos do previsto na minuta do Contrato, além de fazer jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/1965.

4.5. A explanação detalhada sobre os elementos que compõem o valor do contrato de publicidade e sobre as formas de remuneração foi realizada nos subitens 6.4 a 6.9 do Estudo Técnico Preliminar.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

5. PARCELAMENTO DO OBJETO

5.1. O parcelamento do objeto não se mostra viável.

5.2. O serviço de publicidade é de natureza técnica e artística, cujas especificidades dependem da situação de cada momento. Diante da solicitação de uma ação publicitária, a agência vai estudar e analisar os problemas, as oportunidades, o público-alvo, os objetivos, etc., e propor uma solução de comunicação. É nesta solução que a agência demonstra sua estratégia de comunicação, a ideia criativa e as peças que serão executadas para se comunicar com o público-alvo e a estratégia de mídia com a relação dos veículos e as quantidades adequadas de inserções para o maior atingimento do público. Por isso, não se é possível quantificar, pré-definir, especificar o serviço de publicidade antes que a situação ocorra, não sendo possível, assim, pormenorizar por meio de planilha as quantidades e custos para uma solução que ainda vai ser estudada e criada pela agência.

5.3. O parcelamento da contratação é a divisão do objeto em partes menores e independentes. Quando do parcelamento, cada parte, item, etapa ou parcela do objeto representa uma licitação/contratação isolada ou separada. O serviço de publicidade se constitui em um conjunto de atividades realizadas integradamente, não sendo possível contratar itens separadamente como a criação, a veiculação, a produção, etc. Não é possível também dividir o objeto em campanhas, sendo cada qual contratada por meio de uma licitação própria. Isso inviabilizaria a política publicitária do estado e faria impraticável a comunicação governamental. Quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades. Além disso, sob a perspectiva econômica, seria oneroso o lançamento de uma licitação para cada campanha.

5.4. Diante das peculiaridades relatadas, conseqüentemente o parcelamento do serviço objeto da contratação não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do serviço, já que o planejamento e execução permanecem a cargo do mesmo fornecedor.

5.5. Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes com vistas à ampliação da competitividade.

6. SUSTENTABILIDADE

6.1. A contratada deverá adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

6.2. A contratada deverá assinar declaração que atesta o atendimento à política pública ambiental de licitação sustentável, em especial que se responsabiliza integralmente com a logística reversa dos produtos, embalagens e serviços pós-consumo no limite da proporção que fornecerem ao poder público, assumindo a responsabilidade pela destinação final, ambientalmente adequada.

7. CONTRATAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

Travessa Oscar Muxfeldt, nº 81 – Centro – Foz do Iguaçu/PR – 85.851-490 – Telefone (45) 3521-8100





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

7.1. É viável a participação de microempresas e empresas de pequeno porte neste certame licitatório, nos termos do art. 4º da Lei n. 14.133/2021, aplicando-se as disposições constantes dos arts. 42 a 49 da Lei Complementar n. 123/2006.

7.2. As regras e benefícios aplicáveis às microempresas e empresas de pequeno porte estão previstas no Edital.

8. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Serviço a ser contratado

8.1. A contratação pretendida engloba a execução de serviços publicitários especializados, que envolvem atividades complexas que exigem trabalho intelectual e criativo em diversas etapas. Essas etapas vão desde a criação do conteúdo, passando pela intermediação e supervisão, até a distribuição do material aos veículos de comunicação.

8.2. A Administração Pública, no cumprimento de suas atribuições, entre elas a promoção de publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, é atendida com apoio técnico de agência de publicidade e propaganda contratada por meio de processo licitatório, para prestação de serviço de publicidade, conceituados nos termos do art. 2º da Lei nº 12.323/2010.

8.3. Entendem-se como serviços de publicidade o conjunto de atividades integradas que visam ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e outros meios de divulgação. Esses serviços têm como objetivo promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

8.4. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídas, como atividades complementares, os seguintes serviços pertinentes: (a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitando o disposto no art. 3º da Lei; (b) à produção e à execução técnica de campanhas institucionais que incluam peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato; (c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à ampliação dos efeitos das mensagens e ações publicitárias.

8.5. Os serviços previstos acima não abrangem as atividades (ficando de fora da contratação e sob responsabilidade da Diretoria de Comunicação deste Poder Legislativo) de: a) promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa; b) criação e distribuição de materiais relacionados à comunicação interna da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu (endomarketing); c) criações e serviços de publicação de editais e demais publicações legais em jornais impressos de grande circulação (em âmbito municipal, regional, estadual e nacional), diário oficial e sítio oficial da Câmara; d) realização de eventos de qualquer natureza (incluindo as criações e produções gráficas de convites, envelopes, fichas de protocolos e inscrições, diplomas de honrarias, pergaminhos para solenidades, certificados para as Moções de Aplauso e livro ouro); e) criações e impressões coloridas para os quadros de vereadores, presidentes e ex-presidentes; f) criações e impressões de toda a papelaria de expediente (papel timbrado, envelopes timbrados, cartões de visitas, etc); g) todos os serviços de criações, produções e publicações (no sítio oficial e redes sociais oficiais do Poder Legislativo Iguaçuense) pertinentes ao contrato da TV Câmara; h) gerenciamento, criações, publicações e





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

tráfego pago no sítio oficial e redes sociais oficiais do Poder Legislativo Iguaçuense que sejam desenvolvidos internamente pela Diretoria de Comunicação da Câmara ou por empresa especializada.

8.6. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado na alínea 'a', os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

8.7. Os patrocínios publicitários, mencionados acima, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio de compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

Padrões mínimos de qualidade

8.8. Para garantir a excelência nos serviços de publicidade, deve-se atender a rigorosos padrões de qualidade. Estes padrões asseguram que as atividades publicitárias sejam executadas com competência técnica, inovação criativa e ética profissional, refletindo positivamente na comunicação institucional e na imagem pública da Administração.

8.9. A empresa deve demonstrar experiência comprovada na prestação de serviços publicitários, obrigatoriamente com histórico de campanhas de sucesso em setores públicos ou privados relevantes. Apresentação de um portfólio abrangente que destaque trabalhos anteriores, evidenciando criatividade, eficácia das campanhas, diversidade de abordagem e resultados mensuráveis. Avaliação da reputação da empresa no mercado, considerando feedbacks de clientes anteriores.

8.10. Disponibilidade de uma equipe multidisciplinar, incluindo profissionais especializados em criação, planejamento, mídia, pesquisa de mercado e gestão de projetos, todos com comprovada competência e qualificação técnica. Habilidade em desenvolver campanhas inovadoras e criativas, que utilizem tecnologias modernas e abordagens diferenciadas para engajar o público-alvo de forma eficaz. Utilização de ferramentas e tecnologias avançadas para a concepção, execução e monitoramento das campanhas, assegurando eficiência e eficácia em todos os processos.

8.11. A equipe técnica deverá contar, no mínimo, com as seguintes funções, admitida cumulação: 1 (um) diretor de atendimento; 1 (um) diretor de criação; 1 (um) diretor de arte; 1 (um) redator publicitário; 1 (um) arte-finalista; 1 (um) profissional/função de atendimento; 1 (um) profissional/função de planejamento; 1 (um) profissional/função de produção gráfica; 1 (um) profissional/função de produção eletrônica; 1 (um) profissional/função de mídia; 1 (um) responsável pelo setor administrativo/faturamento.

8.12. Não há obrigatoriedade da disponibilização de toda Equipe Técnica no Município de Foz do Iguaçu, a não ser em caso de convocação pela Diretoria de Comunicação, que deverá ser feita com antecedência mínima de 48 horas. O histórico de atendimento dos últimos três anos evidencia que a proximidade física com a Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu pode ser adequadamente suprida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento.

8.13. Porém, será exigida disponibilização de ao menos 1 (um) profissional de atendimento baseado no Município de Foz do Iguaçu. Este profissional demandará proximidade física com a Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, uma vez que esta proximidade traz uma série de benefícios no âmbito da prestação dos serviços, no que se refere à agilidade no repasse de demandas e troca de informações, maior tempestividade no atendimento das





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

necessidades apresentadas pela Diretoria de Comunicação e proximidade em relação à parte significativa dos fornecedores de mídia e produção.

8.14. A quantificação e a qualificação da equipe técnica considera o que reza o art. 2º da Lei Federal 12.232/10: as agências devem ter capacidade de desempenhar integralmente o conjunto de atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. Para que a integralidade deste conjunto de atividades possa ser colocada em prática pela agência, estabeleceu-se uma relação mínima de funções para execução de todas estas atividades.

8.15. A equipe técnica deve ter capacidade de conduzir análises e pesquisas de mercado detalhadas para compreender o público-alvo, identificar tendências e medir o impacto das campanhas. Elaboração de estratégias de comunicação bem-definidas, alinhadas aos objetivos institucionais e às necessidades específicas da entidade contratante. Implementação de metodologias eficazes de gestão de projetos para garantir a execução dentro dos prazos estabelecidos e conforme o orçamento aprovado.

8.16. Compromisso com altos padrões de qualidade na produção de peças publicitárias, incluindo design, redação, audiovisual e outros formatos de comunicação. Processos robustos de supervisão e monitoramento contínuo das campanhas, permitindo ajustes e otimizações em tempo real para maximizar o alcance e impacto.

8.17. Adesão às normas legais e regulamentares vigentes, incluindo respeito aos princípios éticos da publicidade, aos direitos do consumidor e à proteção de dados. Manutenção de práticas transparentes em todas as etapas da prestação de serviços, incluindo relatórios claros e detalhados sobre os resultados das campanhas e a utilização dos recursos.

8.18. Definição e monitoramento de métricas e indicadores de desempenho claros para avaliar a eficácia das campanhas publicitárias. Fornecimento de relatórios regulares de desempenho, contendo análises detalhadas dos resultados alcançados, insights estratégicos e recomendações para futuras ações.

8.19. A observância desses padrões mínimos de qualidade é fundamental para assegurar que a contratação de serviços publicitários resulte em campanhas eficazes, alinhadas aos objetivos institucionais e capazes de promover uma comunicação clara e impactante com o público-alvo. A empresa contratada deve demonstrar competência técnica, criatividade, ética profissional e compromisso com resultados mensuráveis, contribuindo assim para o fortalecimento da imagem institucional e a eficácia da comunicação pública.

Entrega do serviço

8.20. A definição e o planejamento dos serviços começam com a elaboração de um briefing detalhado, aprovado previamente pela contratante. Este documento servirá como base para o desenvolvimento das campanhas e materiais publicitários. Um cronograma claro deve ser estabelecido com datas específicas para cada etapa do processo, desde a criação até a entrega final dos materiais, sendo este cronograma acordado entre a agência e a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

8.21. Os materiais digitais, como banners, posts em redes sociais, vídeos e anúncios online, deverão ser entregues em formato eletrônico, por meio de plataformas seguras previamente acordadas, como e-mail corporativo, sistemas de gerenciamento de projetos ou servidores de armazenamento na nuvem. Já os materiais impressos, como folders, banners físicos, outdoors e outros, devem ser produzidos de acordo com as especificações técnicas acordadas e





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

entregues nos locais designados pela contratante, com a garantia de qualidade e conformidade com o briefing aprovado.

8.22. Para os materiais digitais, a entrega deve ser feita em arquivos de alta resolução nos formatos requisitados, enviados eletronicamente de maneira segura, garantindo backups dos materiais entregues. Para os materiais impressos ou físicos, a agência é responsável pelo transporte seguro e entrega pontual, considerando a contratação de serviços de transporte confiáveis e a elaboração de um plano logístico que assegure a integridade dos materiais durante o transporte.

8.23. Após a entrega, a Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu deve realizar uma verificação minuciosa dos materiais recebidos para garantir que estão de acordo com o briefing e as especificações técnicas acordadas. A Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu deve fornecer feedback contínuo sobre a qualidade dos materiais e serviços prestados, permitindo que a agência faça os ajustes necessários. A agência deve oferecer garantias sobre a qualidade e durabilidade dos materiais impressos, bem como suporte técnico para materiais digitais.

8.24. A agência deve fornecer relatórios detalhados de todas as entregas realizadas, incluindo datas, locais, tipos de materiais e responsáveis pelo recebimento. A documentação deve comprovar a conformidade com as normas e regulamentos aplicáveis, conforme as leis 12.232/2010 e 14.133/2021. Essa abordagem para o frete e entrega dos serviços de publicidade visa garantir a eficiência, qualidade e conformidade com as exigências legais, proporcionando transparência e segurança para ambas as partes envolvidas no contrato.

Assistência técnica

8.25. A empresa contratada para os serviços de publicidade deve oferecer assistência técnica contínua. Esta assistência deve abranger o suporte técnico necessário para eventuais ajustes nas campanhas e a resolução de problemas técnicos que possam surgir ao longo do contrato. A manutenção dessa assistência técnica é vital para garantir que os serviços de publicidade operem de forma contínua e eficaz, minimizando interrupções e preservando a qualidade das campanhas.

8.26. A disponibilidade de suporte técnico é crucial para cumprir os padrões de qualidade exigidos pela legislação e pelas normas de contratação pública, assegurando que os serviços prestados atendam aos requisitos estabelecidos e mantenham a eficácia e eficiência desejadas.

Transição contratual

8.27. A transição contratual é uma obrigação essencial da contratada, que deve assegurar uma transferência estruturada de conhecimento, tecnologia e técnicas utilizadas durante a vigência do contrato. Isso inclui a entrega de toda a documentação técnica, como estratégias de campanha, conceitos criativos, planos de mídia, relatórios de desempenho e processos operacionais.

8.28. É necessário realizar a transferência de todos os layouts vetorizados, em alta qualidade, desenvolvidos ou adaptados durante o contrato, garantindo a continuidade das operações.

8.29. A contratada deve fornecer manuais e guias detalhando os procedimentos operacionais e de gestão de campanhas para assegurar a consistência e eficácia da execução. Essa transferência estruturada é crucial para garantir que não haja interrupções ou perda de qualidade na prestação dos serviços, preservando os investimentos realizados em tecnologias





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

e processos e facilitando uma transição suave e eficiente, minimizando a curva de aprendizado e os riscos associados a mudanças abruptas.

9. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE

9.1. Constituem responsabilidades da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

9.1.1. Desenvolver todas as atividades que compreendem o serviço de publicidade contratado, fornecendo serviços de elevada qualidade.

9.1.2. Prestar os serviços contratados em observância às especificações do edital e seus anexos, e de acordo com as solicitações efetuadas pela contratante por meio de ordens de serviço, que podem ser enviadas por intermédio de e-mails e/ou aplicativos de mensagens instantâneas para smartphones.

9.1.3. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela contratante.

9.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto da contratação, os profissionais indicados na proposta técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à contratante.

9.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, e transferir à contratante todas as vantagens obtidas.

9.1.5.1. Pertencem à contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

9.1.5.1.1. O disposto no subitem 9.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à contratada, nos termos do art. 18 da Lei n. 12.232/2010.

9.1.6. A contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

9.1.6.1. O desrespeito ao subitem 9.1.6 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da contratada e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no instrumento contratual.

9.1.7. Observar as seguintes condições para fornecimento de bens e de serviços especializados à contratante, exceto na compra de mídia:

a) fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

b) só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, aptos a fornecer à contratada bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto contratual;

c) apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados, cadastrados pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

d) exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

e) a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura digital do responsável pela cotação;

f) para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da contratada responsável pela documentação: "Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais".

9.1.7.1. A contratante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

9.1.7.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da contratante.

9.1.7.3. A contratada está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 das Lei n. 12.288/2010.

9.1.7.4. Cabe à contratada informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

9.1.7.5. Observar as disposições do art. 14 da Lei n. 12.232/2010.

9.1.8. Nas campanhas institucionais da contratada deverão constar:

a) planejamento de campanha;

b) descrição da campanha institucional (defesa);

c) ordem de criação com sugestões de peças e materiais produzidos, com respectivos valores;

d) plano de mídia: nomes dos meios de comunicação a serem utilizados para veiculação, material publicitário a ser veiculado e as respectivas datas de inserções;

e) os valores cobrados pelos veículos de comunicação para veiculação da campanha institucional, acompanhados das tabelas de preços;

f) os valores dos serviços a serem realizados por terceiros, relativos à produção de materiais publicitários;





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

g) previsão de custo total da campanha.

9.1.8.1. Os serviços somente poderão ser executados após a aprovação formal da campanha publicitária e do plano de mídia por parte da contratante.

9.1.8.2. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da contratante.

9.1.8.3. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; b) algum dirigente ou empregado da contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

9.1.9. Obter a aprovação prévia da contratante, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com o contrato.

9.1.9.1. A contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da contratante, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

9.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação ou fornecedores especializados nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato.

9.1.9.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a contratada obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, com a Lei Geral de Proteção de Dados e demais leis que regulamentem a matéria, de forma a evitar ações publicitárias da contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

9.1.9.1.3. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a contratada também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, racismo, produza, reproduza ou compartilhe *fake news*, conteúdo enganoso ou desinformação, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

9.1.10. Apresentar à contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, o estudo e a relação dos meios, praças e veículos de comunicação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente e sem custo adicional para a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu ou, em casos excepcionais, a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei n. 12.232/2010.

9.1.10.1. O estudo de que trata o subitem 9.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a contratada.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

9.1.10.1.1. O resultado da negociação global entre as partes previstas no subitem 9.1.10.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

9.1.10.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

9.1.10.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 9.1.10, a contratante poderá solicitar novo estudo à contratada e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

9.1.11. Substituir ou refazer, sem ônus para a contratante, os serviços prestados em desacordo com o especificado em contrato.

9.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela contratante, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: uma cópia em pendrive e/ou arquivos digitais (em alta resolução) e relatório de exibição fornecido por empresa independente;

b) Internet: uma cópia em pendrive e/ou arquivos digitais (nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada) que constituíram a campanha ou peça e relatórios do Google Analytics ou outra ferramenta equivalente;

c) Rádio: uma cópia em pendrive e/ou arquivos digitais (em alta resolução) e relatório de exibição fornecido por empresa independente;

d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em pendrive, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

9.1.12.1. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo pendrive e/ou arquivo digital.

9.1.13. Prestar os seguintes serviços à contratante, como resultado da ocorrência que der resultado ao instrumento contratual, a suas expensas:

a) manutenção de acervo da propaganda da contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

9.1.13.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e a contratante, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

9.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 9.1.12 e 9.1.13.

9.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela contratante.

9.1.15.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela contratante.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

9.1.16. Entregar à contratante, até o 5º dia útil de cada mês, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio, bem como das atividades desenvolvidas e peças produzidas, em *pendrive* ou arquivo digital.

9.1.17. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a contratada e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a contratante e a contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

9.1.17.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela contratada ao contratante até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

9.1.17.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

9.1.18. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de comunicação, bem como os honorários da contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria contratada ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

9.1.19. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome da contratante, sem sua prévia e expressa autorização.

9.1.20. Prestar esclarecimentos à contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.

9.1.21. Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.

9.1.22. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao instrumento contratual, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei n. 12.232/2010.

9.1.23. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

9.1.24. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

9.1.25. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

9.1.26. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

9.1.27. Apresentar, quando solicitado pela contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

9.1.28. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de comunicação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria contratante.

9.1.29. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da contratante.

9.1.29.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a contratada às penas cabíveis, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

9.1.30. Responder perante a contratante e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

9.1.31. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a contratante.

9.1.32. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

9.1.32.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar a contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à contratante as importâncias que esta tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

9.1.33. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

9.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

9.1.35. Fornecer, em qualquer época, os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela contratante sobre os serviços executados.

9.1.36. Não subcontratar outra agência de publicidade e propaganda para a execução dos serviços e compromissos avençados.

9.1.37. Credenciar, junto à contratante, um representante para prestar esclarecimentos e atender às reclamações que porventura surgirem durante a execução do contrato.

9.1.38. Responsabilizar-se por todas as despesas diretas ou indiretas, tais como: salários, transportes, encargos sociais, fiscais, trabalhistas e previdenciários, indenizações e quaisquer outras que forem devidas aos seus empregados ou prepostos, no desempenho dos serviços, objeto do contrato, ficando, ainda, a contratante isenta de qualquer vínculo empregatício com os mesmos.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

9.1.39. No ato da assinatura do contrato, deverá a contratada comprometer-se a disponibilizar um profissional para contato com a contratante, para fins de acompanhamento e execução do objeto do contrato, assim como para participar de reuniões com a equipe da Diretoria de Comunicação e/ou outros setores que venham a ser necessários e pertinentes pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

9.1.40. Quando solicitada a presença do profissional da contratada, este deverá apresentar-se e comparecer na sede da contratante em, no máximo, 48 (quarenta e oito) horas.

9.1.41. Distribuir e fiscalizar a divulgação dos anúncios de que for incumbida.

9.1.42. Assessorar a contratante no sentido de obter o melhor rendimento possível do plano de propaganda e promoção.

9.1.43. A contratante reserva-se o direito de solicitar informações à contratada sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência do contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse da contratante, para fins de conferir efetividade à norma contida no contrato.

9.2. Constituem responsabilidades da CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

9.2.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada.

9.2.2. Fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

9.2.3. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

9.2.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela contratada.

9.2.5. Notificar, formal e tempestivamente, a contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

9.2.6. Notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

9.2.7. Efetuar os pagamentos à contratada nas condições e preços pactuados.

9.2.8. Cumprir e fazer cumprir o disposto nas cláusulas do contrato.

9.2.9. Proporcionar todas as facilidades indispensáveis à boa execução dos serviços, inclusive permitir o livre acesso de empregados da contratada às suas dependências, quando relacionado à execução do contrato.

10. GARANTIA DA EXECUÇÃO

10.1. A contratada, no prazo de 30 (trinta) dias após a assinatura do termo de contrato ou aceite do instrumento equivalente, prestará garantia no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, conforme disposto no art. 96 da Lei n. 14.133/2021.

10.1.1. Caso a contratada opte pelo seguro garantia como modalidade de garantia a ser prestada, o prazo de prestação da garantia observará o disposto no §3º do art. 96 da Lei n. 14.133/2021.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

10.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará aplicação de multa de 0,07% (zero vírgula zero sete por cento) do valor do contrato, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 10.1.

10.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 10.1 e 10.1.1, autoriza a contratante a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas.

10.4. Caberá à contratada optar por uma das modalidades de garantia previstas no §1º do art. 96 da Lei n. 14.133/2021.

10.4.1. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito em conta indicada pela contratante, sendo o valor devolvido atualizado monetariamente.

10.4.2. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a contratante como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à contratada.

10.4.3. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil brasileiro.

10.4.4. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

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





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das obrigações nele previstas;
- b) prejuízos causados à contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
- c) multas moratórias e punitivas aplicadas pela contratante à contratada;
- d) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela contratada.

10.6. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 10.5.

10.7. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da contratante.

10.8. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e no contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

10.9. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da contratante.

10.10. Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da contratante.

10.11. Na hipótese de prorrogação do contrato, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

10.11.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à contratante no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

10.12. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação, por seu responsável pela fiscalização, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações contratuais.

10.12.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ou por outro índice que o venha a substituir.

10.13. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a contratante, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no §1º do art. 96 da Lei n. 14.133/2021.

10.13.1. Aceita pela contratante, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo.

11. FORMA DE PAGAMENTO

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela contratante, a contratada deverá apresentar, dentro do prazo de





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

90 (noventa) dias, contados a partir da entrega dos serviços e/ou do término da veiculação da mídia, sob pena de cancelamento:

- a) a correspondente nota fiscal, sem rasura, em letra legível, em nome da contratante, CNPJ/MF nº 75.914.051/0001-28, da qual constará o número do contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta;
- b) a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de comunicação;
- c) os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega;
- d) da contratada, fornecedores e veículos de comunicação: Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.2. O prazo previsto no subitem 11.1 poderá ser prorrogado, em caráter excepcional, mediante pedido formal da agência, em decorrência de situações imprevisíveis, devidamente justificadas.

11.3. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhadas pela contratada ao servidor responsável nomeado pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

11.4. O responsável pela fiscalização da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu do contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela contratada todas as condições pactuadas.

11.5. As notas fiscais emitidas pela contratada devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: "Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quando à regularidade de contratação e de comprovação de execução".

11.6. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da contratada:

- a) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas "a" e "c" do subitem 11.1;
- b) intermediação e supervisão, pela contratada, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas "a" a "d" do subitem 11.1;
- c) bens e serviços especializados prestados por fornecedores:
 - c.1) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas "a" a "d" do subitem 11.1;
 - c.2) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas "a" a "d" do subitem 11.1;





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

c.3) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas “a” a “d” do subitem 11.1;

c.4) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas “a” a “d” do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de comunicação, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos da alínea “c” do subitem 11.13.

11.7. É da responsabilidade da contratada observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos de que trata o art. 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à contratante.

11.8. O pagamento das despesas será efetuado em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.6, depois de comprovado o adimplemento da contratada em todas as suas obrigações e comprovação da regularidade com os Fiscos Federal, Estadual e Municipal, com o FGTS e negativa de débitos trabalhistas (CNDT), observadas as disposições deste documento.

11.9. Nenhum pagamento será efetuado sem a apresentação dos documentos exigidos, bem como enquanto não forem sanadas irregularidades eventualmente constatadas na nota fiscal, na prestação de serviços ou no cumprimento e obrigações contratuais.

11.10. A liquidação da despesa com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terá o tratamento previsto na alínea “c.1” do subitem 11.6.

11.11. Na ocorrência de falha local em programação eletrônica, rede regional, estadual e nacional, além das providências previstas na alínea “c.4” do subitem 11.6, a contratada deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.12. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei n. 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo gestor do contrato, por ocasião da apresentação do plano de mídia pela contratada ao contratante.

11.13. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “c” do subitem 11.6, a contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a contratante, os seguintes comprovantes:

- a) revista: exemplar original (digitalizado/escaneado);
- b) jornal: exemplar ou a página com o anúncio original (digitalizado/escaneado), da qual devem constar as informações sobre o período ou a data de circulação, nome do jornal e praça;
- c) demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo da empresa independente.

11.14. Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a contratada deverá apresentar:

- a) TV, rádio e cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares), declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal brasileiro, declaração para fins de habilitação, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

a.1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a contratada poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a”, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha toda as informações previstas na alínea “a” deste subitem;

a.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas “a” e “a.1” deste subitem, a contratada poderá apresentar declaração de execução, sob a penas do art. 299 do Código Penal brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) mídia exterior:

b.1) mídia *out of home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal brasileiro, declaração para fins de habilitação, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração;

b.2) mídia digital *out of home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de, no mínimo, 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado digitalmente, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal brasileiro, declaração para fins de habilitação, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração;

b.3) carro de som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal brasileiro, declaração para fins de habilitação, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração;

b.3.1) além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados; o vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, com o print da tela que contenha a campanha, a data e o link de acesso, declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal brasileiro, declaração para fins de habilitação e termo de conduta, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura digital do responsável pela declaração.

11.15. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” o subitem 9.1.13 serão estabelecidas formalmente pela contratante, antes da autorização do respectivo plano de mídia.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

11.16. Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação de regularidade da contratada e de seus executores/fornecedores e veículos de comunicação mediante consulta das respectivas certidões negativas do FGTS, de Tributos Federais, Estaduais e Municipais, e de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, bem como após a certificação da nota fiscal pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

11.17. Se a contratada, os executores/fornecedores e os veículos de comunicação estiverem com a documentação obrigatória vencida, deverão apresentar, no que couber, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.18. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a contratante, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

11.20. Nenhuma despesa adicional ao orçamento previamente autorizado será assumida pela contratada sem prévia e expressa aprovação da contratante.

11.21. Caso haja aplicação de multa, o valor será descontado de qualquer fatura ou crédito existente em favor da contratada. Caso a mesma seja superior ao crédito eventualmente existente, a diferença será cobrada administrativamente ou judicialmente, se necessário. E, ainda, as multas devidas não recolhidas, parcial ou totalmente, serão inscritas na dívida ativa do Município de Foz do Iguaçu, observados os procedimentos legais.

11.22. No caso de eventual falta de pagamento pela contratante nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratório, mediante solicitação expressa da contratada, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100) N / 30 - 1] \times VP$, na qual:

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

AF: Atualização financeira;

VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.23. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.22, os serviços prestados pela contratada relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.24. A contratante não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da contratada, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

11.25. A contratante não pagará nenhum compromisso, assumido pela contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não de instituições financeiras.

11.26. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela contratada em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária do contratante pela agência bancária pagadora.

11.27. A contratada encaminhará à contratante, os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela contratante e encaminhará relatório até o 5º (quinto) dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.28. Os dados e formato dos controles serão definidos pela contratante, e os comprovantes e relatórios deverão conter, pelo menos, as seguintes informações:

- a) data do pagamento da contratante ao contratado;
- b) data do pagamento da contratada ao fornecedor e veículo de comunicação;
- c) valor pago;
- d) nome do favorecido;
- e) número da nota fiscal.

11.29. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.26 e 11.27 ou a falta de apresentação de justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da contratada, até que seja resolvida a pendência.

11.30. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da contratante, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da contratada.

11.31. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.29, a contratante poderá optar pela rescisão do contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.32. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a contratante poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela contratada, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.34. A contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

12. REAJUSTAMENTO

12.1. O valor contratado poderá ser reajustado e corrigido monetariamente a cada período de 12 (doze) meses, de acordo com o IGPM (FGV) e na falta deste pelo INPC (IBGE) ou outro índice substitutivo.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

12.2. Na prorrogação, a contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantagem para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

12.3. A contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado.

12.4. Nas alterações unilaterais a que se refere o inciso I do caput do art. 124 da Lei n. 14.133/2021, o contratado será obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos, ou supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

13. REQUISITOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Conforme determina o art. 6º, I, da Lei nº 12.232/2010, os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas. Ou seja, a fase de habilitação passa a ser após o julgamento de classificação das propostas técnicas e de preços.

13.2. As exigências de habilitação jurídica, fiscal, social, trabalhista, econômico-financeira a serem atendidas pelas licitantes são as previstas no Edital, assim como as regras e formas de apresentação.

13.3. Especificamente em relação à habilitação técnica, a licitante deverá apresentar, na forma e condições previstas em Edital:

13.3.1. Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto;

13.3.2. 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 §1º do art. 4º da Lei n. 12.232/2010;

13.3.2.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

13.3.2.2. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial para Processamento e Julgamento de Licitação.

13.3.3. Equipe técnica contendo, no mínimo, os seguintes profissionais/funções: 1 (um) diretor de atendimento; 1 (um) diretor de criação; 1 (um) diretor de arte; 1 (um) redator publicitário; 1 (um) arte-finalista; 1 (um) profissional/função de atendimento; 1 (um) profissional/função de planejamento; 1 (um) profissional/função de produção gráfica; 1 (um) profissional/função de produção eletrônica; 1 (um) profissional/função de mídia; 1 (um) responsável pelo setor administrativo/faturamento.

13.3.3.1. A exigência de 11 (onze) funções específicas não equivale à exigência de 11 (onze) pessoas distintas.

13.3.3.2. Não é vedada a cumulação de funções, desde que o profissional indicado possua competência técnica compatível com as atribuições acumuladas.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

13.3.3.3. As 11 (onze) funções descritas configuram referência mínima de escopo para a execução do contrato, representando atividades que devem ser integralmente asseguradas pela futura contratada. Tratam-se de funções que compõem a cadeia necessária para garantir a efetividade, a regularidade e a qualidade dos serviços publicitários, não se confundindo com a imposição de quantitativo fixo de recursos humanos.

13.3.3.4. Não será obrigatória a disponibilização de toda Equipe Técnica no Município de Foz do Iguaçu, a não ser em caso de convocação pela Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, que deverá ser feita com antecedência mínima de 48 horas.

13.3.3.5. Será exigida a disponibilização de ao menos 1 (um) profissional de atendimento baseado no Município de Foz do Iguaçu.

13.3.3.6. A quantificação e a qualificação da equipe técnica consideram o que reza o art. 2º da Lei Federal 12.232/10: as agências devem ter capacidade de desempenhar integralmente o conjunto de atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. Para que a integralidade deste conjunto de atividades possa ser colocada em prática pela agência, estabeleceu-se uma relação mínima de profissionais para execução de todas estas atividades.

14. JUSTIFICATIVA A RESPEITO DO PESO DA NOTA TÉCNICA

14.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço da concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal n. 14.133/2021 para o tipo técnica e preço.

14.2. Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior nota final (NF), aferida de acordo com a aplicação do seguinte cálculo:

14.2.1. Pontuação Técnica (máximo 60 pontos) e Pontuação de Preço (máximo de 40 pontos) conforme quesitos e especificações estabelecidas no Edital.

14.2.3. Essa distribuição da valoração está dentro dos limites legais e é a que melhor atende as necessidades da contratante considerando a natureza do serviço, que exige a contratação das licitantes melhores qualificadas considerando o Briefing (Anexo I do ETP).

15. ALTERAÇÃO SUBJETIVA

15.1. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da contratada, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, o contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a contratante, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações contratuais assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

15.2. A contratante se reserva o direito de continuar ou não com a execução do contrato com a empresa resultante da alteração social.

15.3. Em caso de cisão, a contratante poderá rescindir o contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante do contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

15.4. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 15.1, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à contratante, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

15.4.1. A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas no contrato e em lei.

16. POSSIBILIDADE DE PARTICIPAÇÃO EM CONSÓRCIO

16.1. Não poderão participar da concorrência as agências de publicidade e propaganda que estejam reunidas em consórcio ou, ainda, sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si, qualquer que seja a forma de conglomeração. A eventual participação de consórcio iria dificultar a prestação do serviço por conta do comissionamento previsto pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP e traria prejuízo para a Administração Pública para parcelar os pagamentos.

17. CONTROLE DA EXECUÇÃO

17.1. 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 solicitado ou especificado.

17.1.1. Será nomeado, por Portaria da Presidência da CMFI, servidor da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu para ser o Fiscal de Contrato, que será responsável em acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

17.1.2. As decisões e providências que ultrapassem a competência do servidor responsável da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu deverão ser solicitadas a seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

17.2. A fiscalização pela contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da contratada pela perfeita execução dos serviços objeto do contrato.

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

17.4. A contratada adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a contratante.

17.5. A autorização, pela contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

17.6. A ausência de comunicação por parte da contratante, referente à irregularidade ou falhas, não exime a contratada das responsabilidades determinadas no contrato.

17.7. A contratada permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

17.8. A contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da contratante ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à contratante.

17.9. À contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela contratada.

18. CRITÉRIOS DE AFERIÇÃO E MEDIÇÃO PARA FATURAMENTO

18.1. A Câmara Municipal de Foz do Iguaçu (CMFI) nomeará servidor(es) responsável(eis) para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante da concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da minuta de Contrato.

18.2. A avaliação da execução do objeto será realizada por instrumento elaborado pela Diretoria de Comunicação da CMFI para aferição da prestação dos serviços nos termos pactuados.

19. SUBCONTRATAÇÃO

19.1. A contratada não poderá subcontratar outra agência de publicidade e propaganda para a execução dos serviços objeto do contrato, conforme justificativas apresentadas no Estudo Técnico Preliminar.

20. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

20.1. Os recursos financeiros previstos para atender as despesas decorrentes do objeto, para o exercício de 2026, são as constantes na dotação orçamentária 01.001.01.031.0001.2.002.3.3.90.39.00.00 - COORDENAÇÃO, SUPERVISÃO E ADMINISTRAÇÃO GERAL - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA.

21. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

21.1. O licitante e o contratado que incorram em infrações sujeitam-se às sanções administrativas previstas no art. 156 da Lei n. 14.133/2021, sem prejuízo de eventuais implicações penais nos termos do que prevê o Capítulo II-B do Título XI do Código Penal.

21.2. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à contratada o contraditório e a ampla defesa.

21.3. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

21.4. As sanções aplicadas serão registradas nos órgãos competentes, se for o caso, e publicadas no Diário Oficial do Município de Foz do Iguaçu pela contratante.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

21.5. A contratante comunicará, por escrito, à contratada que a sanção foi publicada e registrada no órgão competente.

21.6. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

a) a advertência e as multas serão aplicadas pelo gestor de contratos da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu;

b) caberá ao Presidente da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;

c) a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Presidente da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

21.7. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

a) descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

b) outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da contratante, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

21.8. A falha na execução contratual restará configurada quando a contratada cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos.

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da Infração	Quantidade de Pontos Atribuídos
Leve	1 (um) ponto por infração
Média	2 (dois) pontos por infração
Grave	3 (três) pontos por infração

21.9. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 21.8, a contratante poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir.

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da Infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025% por incidência, sobre o valor total do contrato (após a primeira infração)
Média	Multa no valor de 0,1%, por incidência, sobre o valor total do contrato
Grave	Multa no valor de 0,5%, por incidência, sobre o valor total do contrato

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1	Não desenvolver todas as atividades que compreendem o serviço de publicidade contratado, prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços	Grave	Semestral





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

	relacionados com o objeto do contrato, mediante demanda da contratante.		
3	Sem antes a contratante ter ciência e anuência, não utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem ao instrumento contratual, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve (passível de correção)	Semestral
4	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da contratante.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
5	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à contratante todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência
6	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela contratante no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato.	Grave	Por ocorrência
7	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela contratante.	Grave	Por ocorrência
8	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto do contrato.	Grave	Por ocorrência
9	Não observar as condições estabelecidas no contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à contratante.	Média (passível de correção)	Semestral
10	Não observar os prazos estabelecidos pela contratante na condução dos serviços objeto do contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
11	Provocar prejuízos e danos à contratante devido à sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

12	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da contratante.	Grave	Por ocorrência
13	Não repassar à contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos as eventuais bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação.	Grave	Por ocorrência
14	Sobrepôr os planos de incentivo aos interesses da contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência
15	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei n. 12.288/2010 (Estatuto da Igualdade Racial).	Média (passível de correção)	Por ocorrência
16	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução do contrato, sem a autorização prévia e por escrito da contratante.	Grave	Por ocorrência
17	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
18	Não apresentar à contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária,	Média (passível de correção)	Por ocorrência





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

	relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.		
19	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência
20	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com o contrato, sem a autorização prévia da contratante.	Grave	Por ocorrência
21	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela contratante, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos formatos do subitem 9.1.15.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
22	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da contratante.	Grave	Por ocorrência
23	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da contratante.	Grave	Por ocorrência
24	Recusar o ressarcimento à contratante de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência
25	Não prestar o devido esclarecimento à contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada.	Grave	Por ocorrência





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

26	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
27	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto do contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
28	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
29	Não manter durante a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que der origem ao instrumento contratual.	Média (passível de correção)	Semestral
30	Não apresentar, quando solicitado pela contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
31	Gerar prejuízos e infrações à contratante na prestação dos serviços objeto do contrato.	Grave	Por ocorrência
32	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
33	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização dos recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral

21.10. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas na Tabela 3 acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 21.1.

21.11. No ato de advertência, a contratante estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas na alínea "a" e para a correção das ocorrências de que trata a alínea "b", ambas do subitem 21.7.





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

21.12. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

21.12.1. O atraso sujeitará a contratada à multa de:

a) 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

b) 0,66% (zero vírgula sessenta e seis por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da contratante, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

21.13. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total do contrato, a juízo da contratante.

21.14. A contratada estará sujeita à multa compensatória de:

a) 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória do contrato;

b) 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar do contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

b.1) inexecução total do contrato;

b.2) pela interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização da contratante.

c) 0,07% (zero vírgula zero sete por cento) do valor do contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 10.1;

d) até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar do contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o disposto neste subitem.

21.15. A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à contratada se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução do ajuste, nos seguintes prazos e situações:

a) por até 6 (seis) meses:

a.1) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a contratante;

a.2) execução insatisfatória do objeto do contrato, se antes tiver havido aplicação de sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 21.7 e 21.12.

b) por até 2 (dois) anos:

b.1) não conclusão dos serviços contratados;

b.2) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PA) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PI) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela contratante;





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

b.3) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à contratante, ensejando a rescisão do contrato por sua culpa;

b.4) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

b.5) apresentação, à contratante, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que der origem ao contrato, que venha ao conhecimento da contratante após a assinatura do contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

b.6) ocorrência de ato capitulado como crime no Capítulo II-B do Título XI da Parte Especial do Código Penal, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da contratante após a assinatura do contrato.

b.7) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução do contrato, sem consentimento prévio e expresso da contratante.

21.16. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da contratante, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à contratante ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

21.16.1. A declaração de inidoneidade será aplicada à contratada se, entre outros casos:

a) sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

b) demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a contratante, em virtude de atos ilícitos praticados;

c) reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução do contrato, sem consentimento prévio da contratante.

21.16.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da contratada de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a contratante pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

21.17. Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

21.17.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) advertência e a multa: ao Presidente da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu;





Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Presidente da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

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

21.19. A aplicação das sanções previstas no contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei n. 14.133/2021, incluída a responsabilização da contratada por eventuais perdas e danos causados à contratante.

21.20. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao contrato, cobrado diretamente ou, quando for o caso, cobrado administrativamente ou judicialmente da contratada. E, ainda, o valor das multas devidas não recolhidas, parcial ou totalmente, será inscrito na dívida ativa do Município de Foz do Iguaçu, observados os procedimentos legais.

21.21. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela contratante.

Foz do Iguaçu/PR, data da assinatura eletrônica.

Débora Borges Rengel
Matrícula 202.074
Responsável pela elaboração do TR
Analista Legislativo
Setor Compras

Paloma França Triches Schmitt
Matrícula 201.428
Responsável pela demanda
Assistente Técnica
Diretoria de Comunicação





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 6758-92AA-27CB-CFF2

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

- ✓ DÉBORA BORGES RENGEL (CPF 750.XXX.XXX-87) em 13/11/2025 08:14:20 GMT-03:00
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)
- ✓ PALOMA FRANÇA TRICHES SCHMITT (CPF 028.XXX.XXX-00) em 13/11/2025 08:39:16 GMT-03:00
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

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

<https://fozdoiguacu.1doc.com.br/verificacao/6758-92AA-27CB-CFF2>