

TERMO DE REFERÊNCIA

ÓRGÃO REQUERENTE	SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
TELEFONE	(41) 920003879
E-MAIL	comunicacao@morretes.pr.gov.br

1. DEFINIÇÃO DO OBJETO

1.1 Constitui objeto do presente termo de referência a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, na modalidade Concorrência, na forma Presencial, e critério de julgamento melhor técnica.

1.2 Os serviços de publicidade compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias perante públicos de interesse.

1.3 Também integram o objeto, como atividades complementares, nos termos da Lei nº 12.232/2010 e conforme detalhamento constante do item X deste Termo de Referência, os serviços especializados pertinentes a:

- a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b) produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

1.4 A licitação seguirá as determinações e os ritos dispostos na Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações e contratações de serviços de publicidade, e na Lei nº 14.133/2021, subsidiariamente.

1.5 QUANTITATIVOS E ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS MÍNIMAS

ITEM	COD	ESPECIFICAÇÃO	UND	QUANT.	VALOR MÉDIO UNITÁRIO	VALOR TOTAL POR ITEM
1		Serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda	Serviço	1	R\$ 900.000,00	R\$ 900.000,00
VALOR TOTAL ESTIMADO						R\$ 900.000,00

2. JUSTIFICATIVA DO OBJETO E MODALIDADE DE LICITAÇÃO

2.1 A contratação dos serviços de publicidade é fundamental para o pleno cumprimento dos princípios democráticos de publicidade e transparência nos órgãos públicos, conforme detalhado no Estudo Técnico Preliminar (ETP) que fundamenta este Termo de Referência. A comunicação eficaz permite que a sociedade seja informada e incitada a participar dos processos decisórios e ações da Administração Municipal.

2.2 A necessidade de uma comunicação institucional estratégica e transparente decorre da importância de:

- a) Divulgar amplamente os atos do Poder Executivo Municipal, em respeito ao direito à informação, difusão de ideias, princípios e iniciativas de interesse público;
- b) Ampliar a participação da sociedade nas decisões municipais e na fiscalização da gestão pública;
- c) Fortalecer a identidade visual e a percepção de profissionalismo da instituição, utilizando elementos gráficos e mensagens que transmitam os valores do Município de Morretes;
- d) Explicar de forma clara e acessível os projetos, programas e ações da administração;
- e) Apoiar a divulgação institucional do turismo e do patrimônio local;
- f) Utilizar diferentes plataformas de comunicação (mídias tradicionais, digitais e alternativas), com a expertise de uma agência, para alcançar um público mais amplo e diversificado.

2.3 A evolução tecnológica exige que a comunicação assuma um papel protagonista, não apenas para divulgação de ações concluídas, mas como ferramenta estratégica no desenvolvimento, planejamento e alavancagem de debates de interesse social e participação popular.

2.4 DA MODALIDADE DE LICITAÇÃO

2.4.1 A contratação deverá ser realizada por meio de procedimento licitatório na modalidade **Concorrência**, na forma **presencial**, com o critério de julgamento **Melhor Técnica**.

2.4.2 Não se aplica a modalidade pregão por tratar-se de contratação de serviço técnico especializado de natureza predominantemente intelectual (art. 29 § único da Lei n° 14.133/21). Desta forma, opta-se pela Concorrência em razão da complexidade do objeto, do valor estimado e natureza especializada. Por sua vez, a forma presencial justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo pela não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, conforme o artigo 6º, IV, da Lei n.º 12.232/10, bem como da entrega do invólucro padronizado fornecido pelo órgão contratante, nos termos do art. 9º §1º do mesmo diploma. Some-se a isso que, dadas as peculiaridades do objeto, é preferível a apresentação de materiais físicos (amostras de materiais gráficos em diferentes texturas e acabamentos e até protótipos de peças publicitárias tridimensionais) que requerem avaliação sensorial/tátil quanto à qualidade de impressão, cores, texturas e acabamentos. A adoção da forma presencial observa o rito especial previsto na Lei n° 12.232/2010, não implicando restrição à competitividade, mas garantindo o cumprimento das exigências legais relativas ao sigilo das propostas técnicas e à adequada avaliação material das peças apresentadas.

2.4.3 A adoção do critério de julgamento por melhor técnica mostra-se adequada à presente contratação em razão das características específicas do objeto, consistente na prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, nos termos da Lei n° 12.232/2010. Trata-se de contratação que envolve atividade de natureza técnica, intelectual, criativa e estratégica, não se restringindo à mera execução material de peças publicitárias ou à simples intermediação de veiculação. Os serviços pretendidos abrangem estudo, planejamento, conceituação, criação, desenvolvimento de campanhas institucionais, definição de linguagem comunicacional adequada, elaboração de soluções compatíveis com o interesse público e adaptação de conteúdos aos diversos meios de divulgação, o que evidencia a centralidade da qualidade técnica para o êxito da contratação.

No caso em análise, a Administração busca selecionar proposta apta a atender, com elevado grau de qualidade, às necessidades de comunicação institucional do Município, notadamente quanto à divulgação de atos, programas, serviços e campanhas públicas de caráter educativo, informativo ou de orientação social. Nesse contexto, a eficácia da contratação depende, em medida preponderante, da capacidade técnica da futura contratada de compreender o contexto institucional, interpretar adequadamente as demandas administrativas e desenvolver soluções criativas e estratégicas compatíveis com a finalidade pública da publicidade oficial. A escolha do critério de melhor técnica justifica-se, portanto, pela especial relevância da dimensão qualitativa da prestação, uma vez que a simples ponderação econômica não se revela suficiente para aferir, de forma adequada, a aptidão da licitante para executar objeto de elevada complexidade intelectual e funcional. A natureza do serviço exige avaliação aprofundada da capacidade de atendimento, da consistência metodológica, da criatividade, da pertinência das soluções propostas e da adequação técnica das campanhas a serem desenvolvidas.

Além disso, a contratação em questão insere-se em campo sensível da atividade administrativa, por envolver publicidade institucional submetida a limitações constitucionais e legais específicas, especialmente aquelas decorrentes do art. 37, §1º, da Constituição Federal. Por essa razão, a seleção da futura contratada deve priorizar a excelência técnica, de modo a assegurar que as campanhas e ações publicitárias sejam desenvolvidas com observância da legalidade, impessoalidade, eficiência e interesse público. Dessa forma, a adoção do critério de julgamento por melhor técnica revela-se compatível com a natureza do objeto e com a finalidade da contratação, na medida em que privilegia a seleção da proposta tecnicamente mais qualificada para atender às necessidades institucionais do Município, assegurando maior adequação, consistência e efetividade à execução dos serviços publicitários.

2.4.4 A competição ocorrerá exclusivamente pela qualidade técnica das propostas apresentadas pelas licitantes, sendo que, a licitante, ao participar do certame, o aceita o preço global fixado.

2.4.5 A Proposta de Preços a que se referem os itens acima destina-se à definição dos percentuais de desconto sobre os custos internos e dos percentuais de honorários sobre os serviços de terceiros, os quais integrarão o contrato como

parâmetros de remuneração da contratada, vedada a apresentação de percentuais inferiores aos mínimos previamente fixados pela Contratante.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO, CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

3.1 A solução a ser contratada consiste na prestação de serviços de publicidade na modalidade *full service* por uma agência de propaganda, conforme estabelecido no art. 2º da Lei nº 12.232/2010. Essa abordagem atende plenamente às necessidades do Município e é considerada a forma mais adequada para que a Administração Municipal exerça sua política de comunicação perante a sociedade, conforme apontado no ETP.

3.2 A agência será responsável por:

- a) Realizar o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de campanhas e ações publicitárias.
- b) Desenvolver a criação de conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeos, alinhados com as diretrizes do Município de Morretes.
- c) Intermediar com veículos de mídia, como televisão, rádio, jornais, redes sociais e mídias alternativas, selecionando os mais adequados para cada campanha e monitorando a veiculação para assegurar o alcance do público-alvo. Esse acompanhamento permitirá ajustes em tempo real, garantindo a eficácia na transmissão das mensagens.
- d) Gerenciar e fiscalizar as contratações de terceiros para produção de peças e serviços especializados (produtoras de vídeo/som, gráficas, digitais e outras), garantindo a qualidade e conformidade das entregas com as especificações exigidas.
- e) Oferecer suporte na criação de um plano de comunicação estratégico, que defina os objetivos, públicos-alvo e as melhores estratégias para alcançá-los.
- f) Fornecer dados e relatórios detalhados sobre o desempenho das campanhas, como alcance, engajamento e outros indicadores relevantes, para avaliação da efetividade da comunicação.
- g) Apoiar no gerenciamento de crises e situações delicadas, garantindo uma comunicação rápida, transparente e eficaz.

3.3 Quantitativos da Contratação: A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada de produtos ou serviços a serem executados ao longo da vigência contratual, tendo em vista a natureza predominantemente intelectual, criativa e dinâmica dos serviços de publicidade.

Registre-se que não há histórico consolidado de contratações anteriores estruturadas sob a sistemática da Lei nº 12.232/2010 no âmbito do Município, o que inviabiliza a adoção de parâmetros quantitativos pretéritos para fins de dimensionamento da contratação.

Dessa forma, o valor global estimado foi definido com base nos elementos constantes do planejamento da contratação, especialmente aqueles detalhados no Estudo Técnico Preliminar, sendo a execução contratual realizada sob demanda, conforme as necessidades da Administração, nos termos do art. 6º, §2º, inciso II, da Lei nº 12.232/2010.

3.4. DA EXECUÇÃO DIRETA PELA AGÊNCIA E DOS SERVIÇOS ESPECIALIZADOS COMPLEMENTARES

A execução do objeto contratual observará, obrigatoriamente, a distinção entre os serviços de natureza intelectual e estratégica, a serem prestados diretamente pela agência de publicidade contratada, e os serviços especializados complementares, cuja execução poderá ser realizada por terceiros, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.4.1 Serão executados diretamente pela agência contratada, entre outros compatíveis com o objeto e com a legislação aplicável:

- I – estudo, planejamento, conceituação, concepção e criação de campanhas, peças e ações publicitárias institucionais;
- II – elaboração de planos de comunicação publicitária;
- III – desenvolvimento de estratégias de divulgação com finalidade educativa, informativa ou de orientação social;
- IV – redação publicitária, direção de arte, supervisão criativa e desenvolvimento de linguagem visual e textual;
- V – execução interna dos serviços de criação e desenvolvimento publicitário;
- VI – intermediação e supervisão da execução externa dos serviços especializados;
- VII – distribuição da publicidade aos veículos de comunicação;

VIII – acompanhamento da execução contratual e apoio técnico à conferência dos materiais produzidos.

3.4.2 Poderão ser executados por terceiros, conforme necessidade da Administração, os seguintes serviços especializados:

I – produção técnica de vídeo (institucional, redes sociais, edição e pós-produção);

II – produção de áudio (spots, locução, podcasts);

III – produção gráfica e design (diagramação, impressão, materiais institucionais);

IV – pesquisa e avaliação (pesquisa de opinião, mercado, desempenho de campanhas);

V – desenvolvimento de soluções digitais e conteúdo para redes sociais;

VI – desenvolvimento de aplicações, ferramentas ou soluções tecnológicas de comunicação;

VII – fotografia, ilustração e demais serviços criativos especializados;

VIII – outros serviços indispensáveis à execução das ações publicitárias, desde que compatíveis com o objeto.

3.4.3 Nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, o fornecimento de bens e serviços especializados dependerá de prévio cadastramento, pelo Município, de pessoas físicas ou jurídicas aptas à sua execução.

A Administração deverá manter procedimento formal de cadastramento, com critérios objetivos, assegurando os princípios da legalidade, impessoalidade, isonomia e transparência.

A contratação de fornecedores somente poderá recair sobre cadastrados, salvo hipótese excepcional devidamente justificada.

3.4.4 Na hipótese de existência de contratos, atas de registro de preços ou instrumentos vigentes para serviços complementares, estes deverão ser utilizados, desde que compatíveis com a demanda.

A agência deverá adequar sua atuação às condições desses instrumentos, promovendo a integração técnica entre os serviços.

3.4.5 A execução por terceiros não autoriza ampliação do objeto contratual, permanecendo vedada a inclusão de atividades estranhas à publicidade institucional, tais como assessoria de imprensa, relações públicas, marketing político ou promoção pessoal.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1 A presente contratação deverá observar os seguintes requisitos para garantir a adequada execução do objeto e o atendimento eficiente das demandas da Administração:

4.1.1 Serviço prestado exclusivamente por agência de propaganda: O serviço objeto desta Concorrência deverá ser prestado exclusivamente por agência de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n.º 12.232/10.

4.1.2 Certificado de Qualificação Técnica: O certificado de qualificação técnica deverá ser obtido perante o 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 artigo 4º da Lei n.º 12.232/2010.

4.1.3 Participação de Consórcios e Cooperativas:

a) **É vedada a participação de empresas reunidas em consórcio.** Tal decisão se justifica pela necessidade de uma execução integrada e contínua das campanhas publicitárias, o que requer um alto grau de coordenação e responsabilidade por parte do contratado. A formação de consórcios, com a participação de mais de uma agência, poderia resultar em dificuldades de gestão e comprometer a fluidez da comunicação e a uniformidade das estratégias de marketing, prejudicando o serviço.

b) **Não poderão participar da Concorrência as pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa,** visto que os serviços objeto da licitação possuem características específicas que tornam inadequada a participação desse tipo de sociedade, pois a continuidade e a complexidade técnica dos serviços de publicidade são incompatíveis com a autonomia dos cooperados.

4.1.4 Agências impedidas de participar: Também não poderão participar da concorrência a agência de publicidade: a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Morretes; b) Cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial ou em

processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação; c) Que tenha sido considerada inidônea pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal; d) Estrangeira que não funcione no País; e) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o Município de Morretes que realiza o certame. f) Que atuem sem fins lucrativos.

4.1.5 Qualificação Técnica da Equipe: A agência deverá disponibilizar profissionais especializados nas diversas áreas da publicidade (planejamento, criação, mídia, atendimento, produção), com experiência comprovadas, conforme os critérios de avaliação da Proposta Técnica estabelecidos neste Termo de Referência.

4.1.6 Sustentabilidade: 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, na forma do disposto no artigo 144 da Lei n.º 14.133/2021.

4.1.7 Propriedade Intelectual: A Contratada cederá ao Contratante, total, definitiva, irrevogável e irretratavelmente, os direitos patrimoniais de uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato, para utilização institucional, educativa, informativa e promocional, sem limitação territorial ou temporal, inclusive para reutilização futura, sem qualquer remuneração adicional, mesmo após o término da vigência contratual.

4.1.8 Compliance e Proteção de Dados: A Contratada deverá observar integralmente as normas de compliance e de proteção de dados pessoais, nos termos da Lei nº 13.709/2018 (LGPD), responsabilizando-se pelo tratamento adequado de dados eventualmente coletados ou processados no âmbito das campanhas publicitárias, devendo indicar encarregado pelo tratamento de dados e adotar medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados contra acessos não autorizados e incidentes de segurança.

4.1.9 Condições de Entrega/Realização dos Serviços: a) O horário de atendimento será o de expediente da Prefeitura, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 13h às 17h. B) A agência contratada ficará à disposição do Município, sem a

obrigatoriedade de montar estrutura física em Morretes, sendo permitida a utilização de recursos digitais para o atendimento.

5. EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1 A execução do objeto será indireta, por demanda, com remuneração baseada nos valores referenciais e critérios definidos na Proposta de Preços, especialmente aqueles previstos na tabela referencial do SINAPRO/PR, observados os descontos e percentuais ofertados, nos termos da Lei nº 12.232/2010, não havendo garantia de quantitativos mínimos de serviços.

5.2 A execução do objeto seguirá fluxo dinâmico e flexível, com a seguinte dinâmica básica:

a) Briefing específico: A cada ação publicitária a ser realizada, o Contratante encaminhará previamente um *briefing* específico com as informações para análise e elaboração do plano de execução pela Contratada. A comunicação do Briefing pode ocorrer de forma presencial, por videoconferência, e-mail, ofício ou aplicativo de mensagens previamente definido entre as partes.

b) Planejamento Estratégico: A agência realizará levantamento das necessidades do Contratante, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação, apresentando relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias.

c) Criação das Peças Publicitárias: A agência será responsável pela criação das peças.

d) Aprovação: Apresentadas as peças pela Contratada, o Contratante deverá aprová-las ou solicitar ajustes em prazo médio de cinco dias úteis, sempre por escrito.

e) Execução das Campanhas: As campanhas publicitárias serão executadas através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pelo Contratante.

f) Acompanhamento: A Contratada acompanhará a campanha, apresentando relatórios ao Contratante sobre a divulgação.

5.3 Reuniões Periódicas: Contratante e Contratada procurarão realizar reuniões periódicas para acompanhar a execução dos trabalhos e alinhamento de estratégias. Essas reuniões poderão ser presenciais ou de forma digital.

5.4 Prazos de Atendimento: A Contratada terá os seguintes prazos para atender as demandas:

a) Criação de campanha publicitária e respectivas peças: 10 (dez) dias úteis.

- b) Quando for requerida urgência devidamente justificada na criação da campanha e peças: 5 (cinco) dias úteis.
- c) Criação de logos, marcas ou identidades isoladas: até 5 (cinco) dias úteis.
- d) Serviços de terceiros: conforme peculiaridade de cada caso e prazos normais dos fornecedores, devidamente informados e aprovados pelo Contratante.

5.5 FORMA DE ENTREGA

5.5.1 As disposições relativas à entrega, inspeção, substituição e recebimento de materiais aplicam-se exclusivamente às hipóteses em que houver fornecimento de materiais físicos ou peças gráficas no âmbito da execução contratual, não se aplicando aos serviços de natureza intelectual, criativa, estratégica ou digital, tais como planejamento, criação, veiculação, gestão de mídia e produção de conteúdo.

5.5.2 Cabe destacar que os serviços poderão ser solicitados parceladamente, no período de 1 (um) ano, conforme as necessidades, com intervalos definidos pela Administração, e que o quantitativo/valor ora contratado são uma estimativa de consumo, não obrigando o Município à aquisição total.

5.5.3 O prazo para a entrega observará o item 5.4, contados do recebimento da ordem de serviço ou documento equivalente, encaminhada através de correio eletrônico ao endereço indicado pelo licitante vencedor, sob pena das sanções previstas.

5.5.4 Caso não seja possível a entrega na data assinalada, a empresa deverá comunicar as razões respectivas para que qualquer pleito de prorrogação de prazo seja analisado, ressalvadas situações de caso fortuito e força maior.

5.5.5 Os serviços ou materiais deverão ser entregues, quando aplicável, no endereço citado conforme a Ordem de Serviço/Nota de empenho/documento equivalente, horário das 8:00 hrs às 12:00 hrs e das 13:00 hrs às 17:00 hrs, dependendo da necessidade da Secretaria Municipal solicitante.

5.5.6 Durante a entrega os materiais serão submetidos à inspeção, sendo observados os seguintes itens:

- a) Qualidade
- b) Durabilidade
- c) Conformidade com o Termo de Referência.

5.5.7 Os materiais deverão ser novos e entregues acondicionados em suas embalagens originais lacradas, de forma a permitir completa segurança quanto a sua originalidade e integridade, devendo estar acondicionados e embalados conforme praxe do fabricante, protegendo o produto durante o transporte e armazenamento, com indicação do material contido, volume, data de fabricação, fabricante, importador (se for o caso), procedência, bem como demais informações exigidas na legislação em vigor.

5.5.8 Os materiais serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta.

5.5.9 Os materiais serão recebidos definitivamente no prazo estipulado de 10 (dez) dias, deste termo de referência, contados do recebimento provisório, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação mediante termo detalhado.

5.1.10 Na hipótese de a verificação a que se refere o subitem anterior não ser procedida dentro do prazo, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo.

5.1.11 O recebimento dos materiais, mesmo que definitivo, não exclui a responsabilidade do fornecedor pela qualidade e características dos materiais entregues, cabendo-lhe sanar quaisquer irregularidades detectadas quando da utilização dos mesmos, durante todo o prazo da vigência do contrato.

5.1.12 Os materiais poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações da solicitação, devendo ser substituídos no prazo de até 10 (dez) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

6. GESTÃO DO CONTRATO

6.1. DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

6.1.1. Para acompanhar e fiscalizar serão designados os seguintes servidores:

Gestor do contrato: Willians Zacarias Ferreira

Fiscal Titular: Gabriela do Rocio Gonçalves Victal dos Santos

6.1.2 Considerando a necessidade de designação de servidores para as funções de gestor e fiscal do contrato em referência, cumpre esclarecer que algumas indicações recaíram sobre servidores que participaram da fase de planejamento da contratação.

6.1.3 Tal medida decorre da realidade funcional das Secretarias, que conta com reduzido quadro de servidores nos setores responsáveis pelas contratações, o que inviabiliza, no momento, a completa segregação de funções prevista pela legislação e pelas boas práticas de gestão pública. Assim, a nomeação dos referidos servidores busca assegurar a continuidade e eficiência na execução contratual, aproveitando o conhecimento prévio dos servidores sobre o objeto e suas condições.

6.1.4 A Administração está ciente da excepcionalidade da cumulação de funções e adotará medidas compensatórias de controle, de forma a mitigar eventuais riscos, dentre as quais destacam-se:

- a) revisão dos atos praticados pelo gestor e/ou fiscal por outro servidor que não participe diretamente da execução contratual;
- b) acompanhamento e controle pela Controladoria Interna ou pela Comissão Permanente competente;

6.1.5 Dessa forma, busca-se conciliar a observância aos princípios da segregação de funções e da eficiência administrativa, com a realidade operacional da Secretaria, preservando-se o adequado controle e a conformidade da execução contratual.

6.1.6 Os responsáveis pela fiscalização deverão, obrigatoriamente, acompanhar a execução da entrega para verificar o cumprimento das especificações e demais requisitos estabelecidos. Fica reservado o direito de rejeitar serviços ou materiais que não atendam aos critérios de qualidade e determinar à licitante a correção de eventuais irregularidades.

6.1.7 A fiscalização não exclui e nem reduz a responsabilidade da empresa contratada, até mesmo perante terceiros, por qualquer irregularidade, inclusive resultante de imperfeições técnicas, emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade da contratante ou de seus agentes e prepostos.

6.1.8 Nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021, a fiscalização decorrente desta licitação será realizada pelos fiscais designados. O material ou serviço somente será considerado entregue e, conseqüentemente, o pagamento ao contratado autorizado

após a devida verificação do cumprimento das exigências e formalidades estabelecidas no edital.

6.2 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

6.2.1 Respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da Lei n.º 14.133/2021.

6.2.2 Não poderá ceder ou transferir no todo ou em parte o contrato, ficando vedada a subcontratação total, admitida exclusivamente a contratação de serviços especializados complementares na forma da Lei nº 12.232/2010 e deste Termo de Referência

6.2.3 Manter todas as condições nas quais o contrato foi assinado durante o seu período de execução.

6.2.4 Apresentar todos os documentos de regularidade fiscal quanto aos débitos trabalhistas, tributários, FGTS, INSS e Receita Federal.

6.2.5 Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela Lei 12.232/2010, os serviços de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

6.2.6 Negociar sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela Contratante.

6.2.7 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, nos termos do artigo 14 da Lei 12.232/2010. Devem ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, com detalhamento de especificações e custos unitários, apresentadas em original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

6.2.8 Obter aprovação prévia do Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

6.2.9 Providenciar, 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 terceiros e os honorários da agência pelos serviços realizados, desde que não tenham sido causadas pela própria Contratada ou por terceiros contratados.

6.2.10 Somente divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome do Município Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

6.2.11 Prestar esclarecimentos ao Município sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

6.2.12 Não utilizar o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeira.

6.2.13 Cumprir toda a legislação federal, estadual e municipal pertinente e responsabilizar-se-á por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

6.2.14 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

6.2.15 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.

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

6.2.17 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, 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 a Contratante das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

6.2.18 Direitos Autorais: Ceder à Contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.

6.2.19 A contratada deve arcar com todos os ônus necessários à completa entrega de materiais ou serviço, quando couber, considerando-se como tal a disponibilização nos locais indicados pela contratante.

6.2.20 Substituir os materiais que, no ato da entrega, estiverem com suas embalagens violadas e/ou com identificação ilegível e em desacordo com as condições necessárias estabelecidas neste instrumento. Substituir, ainda, por outro de qualidade, todo produto com defeito de fabricação.

6.2.21 Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto deste instrumento, em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções, resultantes da entrega do(s) produto(s), salvo quando o defeito for, comprovadamente, provocado por uso indevido, sendo que o tempo extra despendido poderá ser computado para aplicação das penalidades previstas neste instrumento.

6.2.22 Garantir que não tenha defeitos e/ou incorreções, resultantes da entrega.

6.2.23 Fornecer materiais de primeira qualidade, considerando-se como tais àqueles que atendam satisfatoriamente os fins aos quais se destinam, apresentando ótimo rendimento, durabilidade e praticidade.

6.2.24 Durante a vigência do contrato, a contratada deverá atender prontamente às requisições e especificações deste termo de referência, a partir da solicitação através de documento hábil do setor solicitante.

6.2.25 Responsabilizar-se pelos ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos, ocorridos por culpa sua ou de qualquer de seus empregados e prepostos, obrigando-se outrossim por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais movidas por terceiros, que lhe venham a ser exigidas por força da Lei, ligadas ao cumprimento deste Instrumento.

6.2.26 Atuar com estrita observância a Lei nº 12.232/2010, a Constituição Federal, especialmente o art. 37, §1º, a legislação eleitoral federal e municipal vigente.

6.2.27 Abster-se de prestar serviços de assessoria de imprensa, relações públicas, comunicação institucional ampla, marketing político, promoção pessoal ou gestão de imagem de agentes públicos ou da gestão municipal.

6.2.28 Assegurar que toda campanha, peça, conteúdo ou ação publicitária possua caráter educativo, informativo ou de orientação social, nos termos do Constituição Federal do Brasil de 1988, sendo vedada a utilização de nomes, símbolos, imagens, slogans, expressões ou quaisquer elementos que caracterizem promoção pessoal, exaltação da gestão, favorecimento eleitoral ou desvio de finalidade.

6.2.29 Vedar-se de propor, criar, adaptar, produzir ou veicular peças, campanhas, slogans, textos, imagens, símbolos ou quaisquer conteúdos que caracterizem promoção pessoal de autoridades, servidores, agentes políticos, exaltação da gestão, favorecimento eleitoral ou desvio de finalidade da comunicação pública.

6.2.30 Adequar, suspender ou deixar de executar campanhas e materiais cuja veiculação se torne incompatível com a legislação eleitoral vigente, inclusive no que se refere à publicidade institucional em redes sociais oficiais e demais atos publicitários em período vedado.

6.2.31 Demais condições constam nas disposições editalícias.

6.3 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.3.1 Responsabilizar-se, após o devido processo licitatório, por lavrar o contrato com base nas disposições da Lei 14.133/21 e Lei 12.232/10 e suas alterações.

6.3.2 Receber o objeto e conferir as especificações técnicas com as constantes neste termo de referência, no instrumento convocatório e na proposta da contratada, recusando-o na hipótese de desconformidade com as características pretendidas.

6.3.3 Prestar as informações e os esclarecimentos pertinentes que venham a ser solicitados pela Contratada.

6.3.3 Comunicar oficialmente à Contratadas quaisquer falhas verificadas no cumprimento do contrato.

6.3.4 Comunicar, por escrito, à Contratada o não recebimento do objeto, apontando as razões da sua desconformidade com as especificações contidas neste termo de referência, no instrumento convocatório ou na proposta apresentada.

6.3.5 Proporcionar as condições para que a contratada possa cumprir as obrigações pactuadas.

6.3.6 Designar e definir as atribuições de Fiscal e/ou Gestor responsável pela coordenação e a fiscalização dos serviços contratados, e estabelecer os procedimentos da fiscalização.

6.3.7 Comunicar, por escrito, à Contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que poderão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

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

6.3.9 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

6.3.10 Notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

6.3.11 Notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, abrindo prazo para defesa prévia.

6.3.12 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada.

7. DAS CONDIÇÕES E FORMA DE PAGAMENTO

7.1 O pagamento será realizado no prazo máximo de até **30 (TRINTA) DIAS**, contados a partir do recebimento da Nota Fiscal ou Fatura, através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

7.2. EVENTUALIDADES

7.2.1 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, como, por exemplo, obrigação financeira pendente, decorrente de penalidade imposta ou inadimplência, o pagamento ficará sobrestado até que a Contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a Contratante.

7.2.2 Providências e prazos para a liquidação e pagamento

I – 10 (dez dias) úteis para a liquidação da despesa, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pela Administração;

II – 20 (vinte dias) úteis para pagamento, a contar da liquidação da despesa.

7.2.3 O pagamento pela efetiva entrega do objeto deste instrumento à empresa vencedora/contratada, ocorrerá através da Secretaria Municipal da Fazenda, mediante apresentação da Nota Fiscal correspondente, com a aceitação e atesto do responsável pelo recebimento, acompanhado das comprovações de regularidade junto a Fazenda Federal, Fazenda do Estado, Município, FGTS e Justiça do Trabalho.

7.2.4 A Nota Fiscal correspondente deverá ser entregue pela empresa contratada diretamente ao responsável pelo recebimento que somente irá atestar a entrega dos produtos e liberará a Nota Fiscal para pagamento quando cumpridas, pela empresa vencedora, todas as condições pactuadas.

7.2.5 O Município certificará a Nota Fiscal correspondente somente após a verificação da perfeita compatibilidade entre o material entregue e o que foi

solicitado. A contagem para o 20º (vigésimo) dia, previsto no caput, só iniciar-se-á após a aceitação dos produtos pelo responsável pelo recebimento e cumprimento pela empresa de todas as condições pactuadas.

7.2.6 Para execução do pagamento, a empresa contratada deverá fazer constar na Nota Fiscal correspondente, emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da Prefeitura Municipal de Morretes, CNPJ: 76.022.490/0001-99, informando o número de sua conta corrente, se Banco do Brasil e/ou Caixa Econômica Federal, e a respectiva Agência, bem como o número do empenho.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1 A seleção do fornecedor será realizada por meio de licitação na modalidade **Concorrência**, na forma **presencial**, com o critério de julgamento de "**Melhor Técnica**", não compondo a Proposta de Preços a pontuação final das licitantes. A Proposta de Preços terá por finalidade apenas a verificação de aceitabilidade, negociação e eventual equalização do preço pela licitante mais bem classificada tecnicamente, assegurando a contratação da proposta técnica mais vantajosa sem prejuízo da economicidade.

8.2 A licitação será processada e julgada pela Comissão de Contratação Permanente, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

8.3 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por uma **Subcomissão Técnica** constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

8.3.1 Pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão Técnica não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Morretes, observando-se as regras da Lei n.º 12.232/2010.

8.3.2 A seleção e designação dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá mediante **Chamada Pública e sorteio**, conforme processo descrito em edital específico.

8.4. Apresentação e Elaboração da Proposta Técnica

8.4.1 As Propostas Técnicas (compostas de Plano de Comunicação Publicitária e do conjunto de informações sobre as licitantes – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) e de Preço serão apresentadas pelas licitantes numa primeira sessão pública. Posteriormente e somente pelas licitantes classificadas nessa primeira fase, as licitantes deverão apresentar os documentos de Habilitação, na forma da Lei 12.232/2010.

8.4.2 O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado em duas vias, sendo a primeira de forma apócrifa (Via Não Identificada), que será julgada pela Subcomissão Técnica, e o Conjunto de Informações conterá a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação.

8.4.2.1 Nos termos do §1º do art. 9º da Lei nº 12.232/10, o Município fornecerá previamente um invólucro padronizado aos licitantes, destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (invólucro nº 1). Referido invólucro padronizado estará disponível a partir do primeiro dia útil após a publicação do aviso de licitação e deve ser retirado presencialmente pela licitante interessada em participar da Concorrência até o terceiro dia útil anterior à data prevista para abertura da licitação. O invólucro não será entregue após referida data.

8.4.2.2 As demais orientações para os outros invólucros serão detalhadas no edital da Concorrência e podem seguir o padrão usual adotado pelo Município.

8.4.2.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro.

8.4.2.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser elaborado com base no **Briefing (Anexo I)** e de acordo com a seguinte formatação: Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m² branco; Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco; Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda; Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos; Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos; Alinhamento justificado

do texto; Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze). A numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

8.4.3 O Plano de Comunicação Publicitária é um quesito de pontuação que se subdivide em quatro subquesitos, que são o Raciocínio Básico, a Estratégia de Comunicação Publicitária, a Estratégia de Mídia e Não Mídia e a Ideia Criativa.

8.4.3.1 Raciocínio Básico: Apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Morretes para enfrentar os desafios ou os problemas geral e/ou específico de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados. Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto em que se insere.

8.4.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: Apresentação das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, e alcançar os objetivos previstos no *Briefing*, compreendendo: explicitação e defesa do partido temático e do conceito; explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia (o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar).

8.4.3.3 Ideia Criativa: Apresentação de campanha publicitária, com relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários, com comentários sobre cada peça. Deverá apresentar 5 peças como exemplos para corporificar sua proposta, podendo ser sob a forma de roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio; roteiro ou monstro para spot de rádio; storyboard animado ou animatic, roteiro para os meios TV, cinema e internet; boneco ou layout para materiais de não mídia; as peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores.

8.4.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia: Apresentação que explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária, e simulação de plano de distribuição, cujo valor estimado

da campanha integral simulada será de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais). Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, podendo ser apresentados em A3 e orientação paisagem. Nessa simulação, os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

8.4.4 Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada: Deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação.

8.4.5 Capacidade de Atendimento (Quesito de Pontuação): A licitante deverá apresentar em caderno específico: relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, considerando a data de publicação do aviso; quantificação e qualificação (currículo resumido) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição; instalações, infraestrutura e recursos materiais que estarão à disposição; sistemática de atendimento e prazos praticados; discriminação das informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e auditoria de circulação.

8.4.6 Repertório (Quesito de Pontuação): A licitante deverá apresentar em caderno específico 5 (cinco) peças ou material, independentemente do seu tipo, veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2020. Para cada peça, deverá ser apresentada ficha técnica. As peças não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Morretes.

8.4.7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Quesito de Pontuação): A licitante deverá apresentar em caderno específico 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, descrevendo soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, implementadas a partir de 01.01.2020, formalmente referendados pelo cliente. As propostas de que trata este subitem não podem se referir a ações publicitárias solicitadas pelo Município de Morretes.

8.4.8 Valoração das Propostas Técnicas: A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS (máximo)
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
I. Raciocínio Básico	10
II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
III. Ideia Criativa	20
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento	15
3. Repertório	10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

8.4.8.1 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

8.4.8.2 A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

8.4.8.3 Para que a licitante seja classificada no julgamento técnico e possa participar das próximas etapas do certame, será exigida a pontuação mínima de 70 (setenta) pontos.

8.5 Da Proposta de Preços e dos Critérios Remuneratórios

8.5.1 Da Justificativa Técnica dos Percentuais Fixados

A Proposta de Preços apresentada pelas licitantes destina-se exclusivamente à definição dos percentuais de desconto incidentes sobre os custos internos da agência e dos percentuais de honorários aplicáveis sobre os serviços executados por terceiros, os quais integrarão o futuro contrato administrativo como critérios de remuneração da contratada, observadas as disposições da Lei nº 12.232/2010 e as normas

técnicas aplicáveis ao setor publicitário. A definição dos percentuais mínimos fixados pela Administração observou parâmetros técnicos usualmente adotados no mercado publicitário nacional e regional, especialmente aqueles decorrentes das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como da Lista Referencial de Valores do SINAPRO/PR – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, documentos utilizados como referência técnica complementar para a modelagem econômico-financeira da presente contratação.

Conforme documentação acostada aos autos, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária estabelecem como parâmetro referencial honorários de agência incidentes sobre serviços de terceiros no percentual de até 15% (quinze por cento), além de preverem o denominado “desconto-padrão de agência”, correspondente ao percentual referencial de 20% (vinte por cento), práticas consolidadas no mercado publicitário brasileiro e historicamente adotadas nas relações entre anunciantes, agências e veículos de comunicação. Além dos referenciais técnicos setoriais, a Administração realizou levantamento comparativo de contratações públicas similares celebradas por municípios paranaenses de porte e realidade administrativa compatíveis, constatando-se significativa convergência dos critérios remuneratórios usualmente adotados em contratações de serviços de publicidade institucional.

Verificou-se, nesse contexto, que o Município da Lapa/PR adotou percentual de desconto de 70% (setenta por cento) sobre os custos internos e honorários de 7% (sete por cento) incidentes sobre serviços de terceiros; o Município de Pontal do Paraná/PR estabeleceu desconto de 50% (cinquenta por cento) e honorários de 10% (dez por cento), com previsão de percentual reduzido de 8% (oito por cento) em hipóteses específicas de mera intermediação; e o Município de Matinhos/PR igualmente adotou desconto de 50% (cinquenta por cento) e honorários de 10% (dez por cento), com previsão de remuneração diferenciada em hipóteses específicas.

Os elementos técnicos e comparativos constantes dos autos demonstram que os percentuais fixados pela Administração Municipal se encontram compatíveis com os parâmetros ordinariamente praticados no setor publicitário e em contratações administrativas similares, revelando-se adequados à preservação da competitividade

do certame, à manutenção da exequibilidade contratual e à adequada remuneração técnica da futura contratada.

Ressalte-se, ainda, que a presente contratação adota o critério de julgamento por melhor técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010, circunstância que desloca o eixo principal da disputa para a qualidade técnica das propostas apresentadas pelas licitantes, e não para a formulação de descontos excessivos ou percentuais economicamente incompatíveis com a adequada execução contratual.

Nesse contexto, a pré-fixação de limites mínimos para os percentuais de desconto e honorários mostra-se medida tecnicamente legítima e administrativamente necessária, destinada a evitar propostas inexequíveis, impedir desequilíbrios econômico-financeiros na execução contratual e assegurar que a futura contratação preserve padrão técnico compatível com a complexidade e a natureza intelectual dos serviços publicitários pretendidos pela Administração Pública.

Dessa forma, considera-se tecnicamente demonstrada a adequação, razoabilidade e compatibilidade mercadológica dos percentuais fixados neste Termo de Referência, em consonância com os referenciais técnicos do setor publicitário, as práticas administrativas observadas em contratações similares e os princípios da eficiência, economicidade, competitividade e interesse público.

8.5.2 Da Valoração das Propostas de Preços: A Proposta de Preços apresentada pelas licitantes deverá observar os seguintes critérios remuneratórios:

a) **Desconto sobre custos internos:** Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) ou superior a 60% (sessenta por cento) sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - SINAPRO/PR.

b) **Percentual de Honorários sobre Serviços Especializados:** Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 8% (oito por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (planejamento e execução de pesquisas; criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação; produção e execução técnica de peça e/ou material).

c) As faixas percentuais descritas nos itens acima visam evitar que sejam apresentadas propostas inexequíveis ou demasiadamente onerosas.

- d) Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver o menor percentual de honorários referente ao item 8.5.b e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente ao item 8.5.a. Caso a mesma proposta não apresente ambas as condições, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar o maior percentual de desconto referente ao item 8.5.a.
- e) Se a licitante mais bem classificada na proposta técnica não tiver apresentado a proposta de menor preço e nem concordar em praticá-lo (igualar a melhor proposta), a Comissão adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no certame, observada a mesma previsão legal.
- f) A licitante que não concordar em praticar a proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

8.6 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.6.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

8.6.2 Serão levados em conta, pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

- e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Contratante;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.

Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

Quesito 4 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

8.6.3 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas

apresentadas pelas licitantes e a graduação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 8.6.2 deste Termo de Referência.

8.6.4 Quanto ao processamento do julgamento da licitação, o edital deverá prever as disposições do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

9. CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO

Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei nº 12.232/10.

9.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA

9.1.1 Registro comercial, no caso de empresa individual;

9.1.2 Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial, em se tratando de sociedades comerciais;

9.1.3 Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova de eleição da diretoria em exercício;

9.1.4 Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

9.1.5 Comprovação de enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte (mediante a apresentação de contrato social ou outro documento semelhante), se for o caso.

9.2. REGULARIDADE FISCAL

9.2.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ).

9.2.2 Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União.

9.2.3 Certidão de regularidade de débito com a Fazenda Estadual da sede da licitante ou outra prova equivalente, na forma da lei.

9.2.4 Certidão de regularidade de débito para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante.

9.2.5 Certidão de regularidade de débito para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS).

9.2.6 Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

9.3. FINANCEIRA

9.3.1 Certidão Negativa de feitos sobre falência ou concordata.

9.4 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

9.4.1 Apresentar atestado de capacidade técnica nos termos do inciso II do art. 67 da Lei 14.133/2021, que comprove que a empresa licitante tenha fornecido ou esteja fornecendo bens pertinentes e compatíveis com o objeto deste edital podendo ser emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado, o atestado deverá conter a identificação do signatário, o endereço e o telefone do atestador ou qualquer outra forma que possibilite o contato com o mesmo.

9.4.2 O(s) atestado(s) deverá(ao) ser impresso(s) em papel timbrado, com nome e telefone de contato dos responsáveis pela informação atestada, não sendo aceitas declarações genéricas de catálogos, manuais de Internet, devendo ainda atestar a satisfação com o produto ofertado pela licitante.

10. ESTIMATIVA DO VALOR DA LICITAÇÃO E RECURSOS

10.1 O valor estimado da licitação atinge o montante de **R\$ 900.000,00 (NOVECENTOS MIL REAIS)**, só reajustáveis na forma da Lei e demais disposições constantes no Edital.

10.2 DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: Os recursos decorrentes da presente aquisição deverão ser empenhados nas dotações orçamentárias:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA

REDUZIDO 484

FONTE 1000

11. DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

11.1 O prazo de vigência do Contrato é de 1 (um) ano contado a partir da assinatura, podendo ser prorrogado nos moldes do Art. 107 da Lei n.º 14.133/2021. A presente contratação possui natureza de serviço contínuo, por destinar-se ao atendimento de necessidade administrativa permanente e prolongada do Município, relacionada à divulgação institucional de atos, programas, serviços e campanhas de interesse público, cuja interrupção pode comprometer a regular continuidade das atividades administrativas e a adequada comunicação pública com a coletividade. Tal enquadramento observa a noção legal de serviços contínuos e o entendimento do controle externo de que sua caracterização decorre da essencialidade e da habitualidade da prestação. Em razão disso, a vigência contratual total poderá alcançar o limite máximo de 10 (dez) anos, desde que atendidos os requisitos legais aplicáveis à prorrogação e mantidas as condições que fundamentam a caracterização do objeto como serviço contínuo.

11.2 A prorrogação contratual poderá ser realizada quando comprovadamente vantajosa para a Administração e deverá ser promovida mediante a celebração do termo aditivo;

11.3 Caso a Contratada não tenha interesse na prorrogação contratual, ela deverá manifestar esta posição com antecedência mínima de 3 (três) meses do término do período de vigência do contrato;

11.4 O edital estabelecerá que o valor inicialmente contratado poderá ser reajustado anualmente, tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, inclusive as variações na tabela do SINAPRO/PR, aplicando-se em tal caso o IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo) ou outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano após a assinatura do contrato.

12. DA SUSTENTABILIDADE

12.1 A empresa contratada adotará as seguintes práticas de sustentabilidade, **quando couber**:

- a)** Que os bens sejam constituídos, no todo ou em parte, por material reciclado, atóxico, biodegradável, conforme normas específicas da **ABNT**;
- b)** Que sejam observados os requisitos ambientais para a obtenção de certificação do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – **INMETRO**,

como produtos sustentáveis ou de menor impacto ambiental em relação aos seus similares;

c) Que os bens não contenham substâncias perigosas em concentração acima da recomendada na diretiva RoHS (Restriction of Certain Hazardous Substances), tais como mercúrio (Hg), chumbo (Pb), cromo hexavalente (Cr(VI)), cádmio (Cd), bifenil-polibromados (PBBs), éteres difenil- polibromados (PBDEs).

13. DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

13.1.1 deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão de Contratação durante o certame;

13.1.2 salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta;

13.1.3 não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

13.1.4 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;

13.1.5. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

I - Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

II - Induzir deliberadamente a erro no julgamento;

13.1.6 praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

13.1.7 praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846/13.

13.2 Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas na Lei Federal nº 14.133/2021 as seguintes sanções:

I - Advertência;

II - Multa;

III - impedimento de licitar e contratar;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

13.3 Na aplicação das sanções serão considerados:

I - A natureza e a gravidade da infração cometida;

II - As peculiaridades do caso concreto;

III - As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

IV - Os danos que dela provierem para a Administração Pública;

V - A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

13.4 A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

13.4.1. Para as infrações previstas nos itens 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato.

13.4.2. Para as demais infrações a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

13.5 As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

13.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

13.7 A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Município de Morretes, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

13.8 Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 13.1.4, 13.1.5, 13.1.6 e 13.1.7, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

13.9 A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 13.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades.

13.10 A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

13.11 Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

13.12 Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

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

13.14 A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados ao Município de Morretes/PR.

14. DA FRAUDE E DA CORRUPÇÃO

14.1 Para os propósitos desta cláusula, devem ser evitadas e inibidas as seguintes práticas:

a) “prática corrupta”: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação ou na execução de contrato;

b) “prática fraudulenta”: a falsificação ou omissão dos fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação ou de execução de contrato;

c) “prática conluiada”: esquematizar ou estabelecer um acordo entre dois ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes ou prepostos do órgão licitador, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;

d) “prática coercitiva”: causar dano ou ameaçar causar dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação em um processo licitatório ou afetar a execução do contrato;

e) “prática obstrutiva”: (i) destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em inspeções ou fazer declarações falsas aos representantes do organismo financeiro multilateral, com o objetivo de impedir materialmente a apuração de alegações de prática prevista acima; (ii) atos cuja intenção seja impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção;

15. MAPA DE RISCOS

15.1. Conforme Art. 18, §1º, X da Lei 14.133/21, segue o Mapa de Riscos preliminar da contratação:

Risco	Potencial Impacto	Medidas de Mitigação
Seleção de agência inadequada (baixa qualificação técnica)	Ineficácia das campanhas, prejuízo à imagem institucional, desperdício de recursos.	Modalidade Concorrência, na forma presencial, com critério de julgamento “Melhor Técnica”, nos termos da Lei nº 12.232/2010; exigência de certificado de qualificação técnica (CENP); avaliação por Subcomissão Técnica especializada, constituída mediante Chamada Pública e sorteio, assegurando julgamento técnico qualificado e impessoal.
Descumprimento contratual pela agência (prazos, qualidade, obrigações trabalhistas/fiscais)	Atrasos na comunicação, campanhas ineficientes, passivos trabalhistas,	Fiscalização rigorosa por Gestor e Fiscal de Contrato; sistema de atesto de serviços e documentos; aplicação de penalidades contratuais e legais; exigência de regularidade fiscal e trabalhista contínua.

Risco	Potencial Impacto	Medidas de Mitigação
	insatisfação da população.	
Preços acima do mercado ou ausência de economicidade	Desperdício de recursos públicos, questionamentos de órgãos de controle.	Utilização da Tabela SINAPRO/PR como referência com descontos mínimos/máximos; mínimo de 3 orçamentos para terceiros; acompanhamento de mercado; limite de honorários sobre serviços de terceiros.
Perda de alinhamento estratégico ou identidade visual	Comunicação inconsistente, credibilidade, mensagem institucional confusa.	Elaboração de *briefing* detalhado; reuniões periódicas de alinhamento; acompanhamento e aprovação de todas as etapas pela gestão do contrato; cessão de direitos autorais ao Município.
Inviabilidade da atuação da Subcomissão Técnica (impedimento, falta de quórum)	Atraso no processo licitatório, prejuízo à avaliação técnica.	Realização de Chamada Pública para seleção de membros e suplentes; regras claras de impedimento e suspeição; análise prévia de qualificação dos inscritos.

16. DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1 Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (LC n° 123/2006): Para a presente contratação, é inviável a participação exclusiva ou a reserva de lotes para ME/EPP, tendo em vista que a contratação possui valor estimado superior ao limite de receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento, incidindo a regra do art. 4º, §1º, I, da Lei n.º 14.133/2021. Além disso, a natureza integrada do objeto impede o parcelamento.

16.2. Subcontratação: Não será admitida a subcontratação do objeto licitatório, ressalvadas as contratações de serviços de terceiros de que trata o Capítulo III da Lei n.º 12.232/2010 (ex: produtoras, veículos de mídia).

16.3 Alteração Subjetiva: É admissível a continuidade do Contrato administrativo quando houver fusão, cisão ou incorporação da Contratada com outra pessoa jurídica, desde que observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação, mantidas as demais cláusulas e condições e haja anuência expressa do Município.

16.4 Responsabilidades: A Contratada será responsável pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como por quaisquer responsabilidades trabalhistas, previdenciárias e tributárias.

16.5 Esclarecimentos: Os licitantes poderão solicitar esclarecimentos sobre o Edital e seus anexos nos prazos e formas indicados no Edital de Licitação.

16.6 Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Contratação do Município de Morretes, observados os preceitos de direito público e as disposições legais aplicáveis.

17. ANEXOS

Fazem parte integrante deste Termo de Referência os seguintes anexos:

- **Anexo I** – *Briefing* Detalhado para a Proposta Técnica
- **Anexo II** – Modelo de Proposta de Preços

Município de Morretes, 30 de janeiro de 2026.



NATHALIA OZÓRIO BET

Secretária Municipal de Comunicação